

**Макарова Елена Александровна**

аспирант кафедры социологии коммуникации  
социологического факультета  
Московского государственного университета  
имени М.В. Ломоносова

**ПРАКТИКА КОЛЛЕКЦИОНИРОВАНИЯ:  
ТРАНСФОРМАЦИЯ  
В ОБЩЕСТВЕ ПОТРЕБЛЕНИЯ**

**Аннотация:**

*В статье изложена краткая история специфики коллекционирования как социальной практики и рассмотрена ее трансформация в условиях общества потребления. Практика коллекционирования показана в качестве формы высказывания, создающей картину мира. Представлено осмысление роли субъекта коллекционирования. Автор подробно анализирует процесс изменения целей и задач, а также предметов коллекционирования в зависимости от исторической эпохи. В частности, XXI век открывает новые горизонты в восприятии искусства и понимании коллекционирования как социальной практики, изучается с точки зрения смены идей капитализации как формы приращения культурного капитала. В условиях тотальной коммерциализации искусства инвестирование выступает движущей силой арт-потребления, а мир искусства – полноценной индустрией. В предлагаемом материале оцениваются основные мотивы современного арт-коллекционирования, а также смена важных маркеров поведения представителей культурной элиты.*

**Ключевые слова:**

*коллекционирование как социальная практика, музей, культурная элита, культурный капитал, праздный класс, богемная буржуазия (бобо), цифровая эпоха, общество потребления, массовая культура, современное искусство, трансформация, динамика, капитализация, маркетинг.*

**Makarova Elena Aleksandrovna**

PhD student,  
Sociology of Communication,  
Department, School of Sociology,  
Lomonosov Moscow State University

**COLLECTING PRACTICE:  
TRANSFORMATION  
IN A CONSUMER SOCIETY**

**Summary:**

*The study presents a brief history of the specific features of collecting as a social practice and its transformation in a consumer society. Collecting practice is regarded as a form of expression that creates the worldview. The role of a collector is conceptualized. The author describes the process of changing goals and objectives and examines collectibles depending on the historical era. In particular, the 21st century breaks new grounds in the perception of art and understanding of collecting as a social practice. Collecting is considered from the perspective of the evolving ideas of capitalization as an increase in cultural capital. In the context of total art commercialization, investment is the driving force behind art consumption, and the art world is a full-fledged industry. The research analyzes the basic motives of modern art collecting and the changing behavioral markers of the representatives of the cultural elite.*

**Keywords:**

*collecting as a social practice, museum, cultural elite, cultural capital, leisure class, bourgeois bohemian (bobo), digital age, consumer society, mass culture, modern art, transformation, dynamics, capitalization, marketing.*

С каждым годом современная гуманитарная наука демонстрирует все больший интерес к феномену коллекционирования, выходя за пределы только культурологического и психологического аспектов. Для социологической науки проблема собирательства имеет показательный характер и обнажает основные особенности общества в каждую историческую эпоху. С изменением субъекта коллекционирования – знаменитого семейства, ученого-одиночки, монарха, промышленника, любителя, предпринимателя – трансформируется и главная задача коллекционирования – собирание дорогих редкостей, воплощение универсума в малых формах, отражение национального достояния, сохранение образцов исчезающей культуры или вложение в целях последующего увеличения капитала. Однако при всей изменчивости коллекционирование во все времена представляло собой форму капитализации за счет приращения культурного капитала. Важным представляется отразить характеристики современного типа общества, ключевые тенденции его культурного развития и модификации основных идей коллекционирования.

В условиях массового производства и избытка информации, препятствующих концентрации, современный человек испытывает «потребность углубиться во что-то» [1, с. 54]. По словам нидерландского ученого Й. Хейзинги, «погруженность в глубины самого себя, чувство святости мгновения, суть вещи совершенно необходимы человеку, чтобы обладать культурой» [2, с. 55]. Должно быть, это базовый мотив коллекционирования всех времен. Однако общество потребления создало новые условия и изменило вектор процесса собирательства в сторону инвестирования. Данная трансформация становится интересным объектом для изучения и осмысления. К тому же «коллекционеры тянутся к коллекционированию как к средству поддержки себя, устанавливая цели, которые являются осязаемыми и достижимыми, и предоставляют коллекционеру конкретную обратную связь о прогрессе» [3].

Начиная с эпохи Ренессанса изучение искусства стало требованием, которое выдвигали к культурной элите, а коллекционирование – необходимым условием принадлежности к ней. Представители духовенства, аристократии и ученого мира составляли свои коллекции из предметов искусства, книг, монет, этнографических редкостей. Собрания хранили в шкафах-кабинетах, затем кабинетами начали называть отдельные комнаты с редкостями. Такие собрания представляли собой уменьшенную картину мира, олицетворение «большого мира» в малом пространстве. В 1677 г. антиквар-алхимик Э. Эшмол завещал Оксфордскому университету коллекцию книг, гравюр, античных монет, редких геологических и зоологических экспонатов, заложив тем самым основы перенесения богатой частной собственности в публичную галерею. Это наделило практику коллекционирования оттенком благородства.

В XVIII в. на первое место вышли специализированные коллекции. В эпоху Просвещения древность воспринималась не только как источник получения знаний, но и как эстетический феномен, в связи с этим на смену личности антикара приходит историк искусства. «Отныне собрания должны отображать порядок и гармонию, упорядоченная коллекция показывает природу, лишённую стихийности и бессвязности, подчинённую дисциплине и разуму» [4, с. 167]. Описание произведений становится более точным, подробным, их классифицируют по школам, значение приобретает атрибуция предмета, возрастает роль имени автора. Система и рациональность выступают основными требованиями, что способствует развитию истории искусств как науки. Галереи ставят перед собой просветительские задачи, а дворцовые коллекции меняют ориентиры с накопительских на меценатские, на служение интересам нации, развитие культуры страны, формирование наследия для потомков.

Важным событием в развитии публичных музеев стало открытие Лувра в Париже в 1793 г. Музей как социальное явление был призван служить народу и стал доступен для широких слоёв населения. Новое понимание нации и родины стимулировало интерес к прошлому, фольклору, народным традициям, что способствовало возникновению национальных архивов и музеев, стремлению к накоплению и охране памятников, связанных с локальной историей. В России это выразилось в коллекции Кунсткамеры, которая в 1830-х гг. послужила основой для создания нескольких профильных музеев – Зоологического, Этнографического, Ботанического и Минералогического.

К концу XIX в. в России интерес к искусству как социокультурному институту начали проявлять и представители купеческих семейств, помимо высшей знати. Сосредоточение капитала, накопленного за несколько поколений, в одних руках создало условия для появления новой элиты – правнуки разбогатевших купцов получали европейское образование, владели языками, много путешествовали, имели широкие взгляды относительно ведения семейного дела и общественного предназначения. Самые знаменитые представители фамилий в искусстве стали П.М. Третьяков, И.С. Остроухов, А.А. Бахрушин, братья Рябушинские, С.И. Мамонтов, С.И. Щукин, С.Т. Морозов, М.П. Боткин и др. Будучи успешными предпринимателями и финансистами, они посвящали себя страсти коллекционирования, что являлось также способом получения культурного престижа, сакрализации собственного капитала через искусство и собирательство – благородное и облагораживающее занятие.

Однако наряду с коллекционированием высокого искусства в условиях массового производства XIX в. возникло коллекционирование нового типа, опровергающее идею о том, что коллекционировать можно только очевидно оригинальные и уникальные предметы. Собрание дешёвых «индустриализованных» безделушек, таких как почтовые открытки, марки, цветные рекламные карточки, прилагаемые к продуктам, или другие предметы, представляющие интерес только для владельца коллекции, породило новые социальные практики и поместило феномен коллекционирования в сферу нового дискурса.

В 1920-х гг. коллекционирование в России начало преследоваться по закону. Чувства собственности и преклонения перед прошлым, свойственные всякому коллекционеру, представляли угрозу новому сознанию граждан молодого государства. В 1930-е гг. в СССР были закрыты все сообщества коллекционеров, собрания национализированы, их владельцы репрессированы. Такое положение продолжалось до 1957 г., когда на всемирном фестивале молодежи была впервые проведена выставка предметов из частных коллекций. Этим событием всему миру была продемонстрирована новая политика страны.

В 1980-е гг. в творчестве наметились новые направления, художники открыли для себя новые формы проявлений. Искусство разделилось на мейнстрим и андеграунд. Местом демонстрации актуального андеграундного направления стали квартирники. Появились имена частных коллекционеров, таких как Г.Д. Костаки, Л.П. Талочкин, В.А. Дудаков, М.М. Алшибая и др., для которых главной целью было не только обладание предметами эстетической ценности, но и возможность заявить миру о наличии другого непризнанного и непонятого искусства.

XXI век открывает новые горизонты в восприятии искусства и понимании коллекционирования как социальной практики. Феномен коллекционирования становится важным предметом

исследования как для профильных дисциплин – музееведения и истории искусств, так и для других гуманитарных наук в целом – социологии, психологии, культурологии, литературы, философии. К трактовке искусства добавляется новый аспект – экономический, и важную роль в этом играет ценообразование. В нынешнее время в обществе широко распространилось мнение, что «самое замечательное качество произведений современных художников – это цены, которые готовы за них платить покупатели» [5, с. 7].

В разные времена современное искусство имело разную цену для потребителя: так в XVI в. король Франции Франциск I приобрел портрет Моны Лизы у Леонардо да Винчи за 400 золотых монет; вознаграждение Рембрандта за «Ночной дозор» составило 1 600 гульденов, что приравнивалось к 10 заработным платам профессора Лейденского университета; Николай II заплатил Валентину Серову за свой портрет 4 тысячи рублей; Сергей Щукин Анри Матиссу – 27 тысяч франков за полотна «Танец» и «Музыка». Сейчас эти произведения бесспорно являются шедеврами (слово «шедевр» признано самым часто употребляемым в лексике искусствоведов) и гениальность как талантливых создателей, так и прозорливых удачливых покупателей не вызывает сомнения. Однако современное коллекционирование имеет принципиальные отличия от коллекционирования былых времен. В данной трансформирующейся социальной практике начинают действовать иные механизмы. Цитаты в духе немецкого идеализма «бытие коллекционера диалектически простирается между полюсами порядка и беспорядка» или «коллекционирование – это отношение к вещам, при котором не ставят во главу угла их функциональную ценность, т. е. их полезность и пригодность, а изучают и любят их как подмости или как театр их собственной судьбы» утрачивают актуальность [6, с. 10]. В условиях тотальной коммерциализации искусства именно инвестирование становится основной движущей силой арт-потребления, а мир искусства – полноценной индустрией.

По словам К. Маркса, «частная собственность сделала нас столь глупыми и односторонними, что какой-нибудь предмет является нашим лишь тогда, когда мы им обладаем, т. е. когда он существует для нас как капитал или когда мы его потребляем» [7]. В наши дни коллекционирование предметов искусства становится важной сферой капиталовложения. Однако если учитывать стоимость некоторых предметов искусства или искусственное завышение стоимости отдельных продуктов творчества, интересным становится вопрос об основном потребителе артефактов современного искусства.

В 2013 г. на аукционе Christie's была продана тонированная скульптурная композиция из высокохромистой стали «Собака из воздушных шаров (оранжевая)» Дж. Кунса высотой 3 метра и массой 2 тонны за 58,4 миллиона долларов, что составило абсолютный рекорд для прижизненной работы художника. Ее покупателем стал нью-йоркский коллекционер Х. Муграби, владеющий одной из самых ценных частных коллекций современного искусства в мире. Его собрание насчитывает более 3 000 работ Д. Херста, Ж.-М. Баския, Дж. Кондо и других топовых на сегодняшний день художников.

Сложно соотносить подобные цены с реальной жизнью, однако в условиях цифровой эпохи вопрос имущественного неравенства становится особенно острым. Речь идет не только о привычной разнице между богатыми и бедными, но и о разнице между богатыми и очень богатыми. Появляется кластер акторов, готовых поднимать ставки на аукционах до 100 миллионов долларов ради получения заветной «игрушки», например одного из четырех вариантов «Крика» Э. Мунка (1893–1910), купленного в 2012 г. за 119,9 миллионов долларов, скульптуры «Колесница» А. Джакометти (1950) – в 2014-м за 115 или полотна «Лежащая обнаженная» А. Модильяни (1917), приобретенного в 2015 г. за 170 миллионов. Немецкий социолог В. Беньямин, автор работы «О коллекционерах и коллекционировании» (1937), рассуждая о смысле собирательства, оспаривает фразу «Все это прекрасно, но картины – спящий капитал», утверждая, что картины и рисунки, «если они выдают руку мастера, спят укрепляющим и прибыльным сном» [8, с. 84]. В мастерстве данных художников и скульпторов не приходится сомневаться, чем отчасти можно объяснить установленные цены.

Однако совершенно нелогичной представляется стоимость некоторых произведений ныне живущих художников. Работа О. Мурильо, который иногда пишет картины шваброй, за первый год пребывания на арт-рынке прибавила в стоимости с 7 до 401 тысячи долларов, что составило 5 600 %. Покупателями таких работ могут стать представители финансового мира, владельцы «Фейсбука» или «Яндекса» – члены нового upper class ('высшего класса'), воспитанного на доверии собственным суждениям и вкусу.

Согласно оксфордскому словарю высший класс трактуется как социальная группа, состоящая из представителей высшего социального статуса и, как правило, самых богатых членов общества [9]. Долгое время представления о нем были сформированы на основании концепций, изложенных в «Теории праздного класса» Т. Веблена (1899). Однако на протяжении XX в. «праздничный класс» трансформировался в так называемых «бобо» – социологическое понятие, введенное американским писателем Д. Бруксом как неологизм, означающий *bourgeois bohemian* – 'богемная буржуазия'.

Безусловно, современное искусство сильно меняется в зависимости от предпочтений потребителя, поэтому целесообразно рассмотреть культурные потребности нового класса «бобо», обозначить их маркеры и принципы поведения, философию жизни, вкусы и отношение к потреблению. Кроме того, интересно сравнить представителей «бобо» с членами «праздного класса» конца XIX в., описанного в классическом произведении Т. Веблена.

Если 100 лет назад основными условиями принадлежности к элите были наследственность, деньги и военная доблесть, то сегодня это прежде всего хорошее образование, творческая самореализация и амбиции. В обществе, описанном Т. Вебленом, труд ассоциируется со слабостью и подчинением хозяину, а значит, является формой унижения достоинства и показателем низкого положения в обществе. Свидетельством высокого положения и достойной жизни служит освобождение от труда, носящего производственный характер, и как следствие – праздная жизнь. Однако чтобы снискать уважение окружающих, недостаточно иметь лишь богатство и власть, нужно сделать их очевидными, т. е. демонстративными. Именно демонстративное «потребление лучшего для повышения личного удобства и благополучия в доказательство своего превосходства» являлось ключевой особенностью поведения элиты до середины XX в. [10, с. 65].

По мнению Т. Веблена, владение хорошими манерами, воспитанность, умение держать себя, вежливое обхождение, этикет, соблюдение приличий и церемоний – это расписка в праздном образе жизни. Сюда же он относит и такие «нематериальные» занятия, как научная и художественная образованность, гуманитарные знания – мертвые языки, музыкальная и художественная самодеятельность, увлечение модой, дизайном, домашними питомцами (собаками или скаковыми лошадьми), досуг и развлечения. Хорошее воспитание требует времени, сил и расходов и, следовательно, выходит за пределы возможностей тех, чьи силы и время поглощаются работой [11, с. 93]. Одежда является наиболее явным свидетельством принадлежности к тому или иному классу. Наше одеяние всегда выступает отражением денежного положения, указывая на него при первом же взгляде всякого постороннего наблюдателя [12, с. 95].

По наблюдению Т. Веблена, достойная сфера деятельности женщины высшего класса – это хлопоты по дому, который она должна делать красивым, сама являясь его украшением. Ее основная функция – демонстрация платежеспособности семьи. При этом образование женщины, т. е. получение знания, способствующего развитию индивидуальности или раскрывающего ее личные интересы, считается неподобающим делом. Допустимой областью «учености» женщины выступают навыки ведения домашнего хозяйства, которые можно продемонстрировать в доказательство праздного образа жизни. Как заметил немецкий мыслитель Э. Фромм: «В любом обществе дух культуры определяется духом господствующих в этом обществе групп... эти властвующие группы обладают таким престижем, что низшие классы более чем готовы применять их ценности, подражать им, психологически отождествлять себя с ними» [13].

Пока праздный образ жизни находил своих последователей в широких слоях общества, элита успела переформатироваться и в кратчайшие сроки (конец XX в.) эволюционировать в «бобо». «Бобо» – это гибридная культура, где равноценны творческое начало и финансовая независимость, социальное равенство и личные достижения. Маркерами нового истеблишмента выступают образование, научная степень, этапы карьеры, профессия родителей, смелость и амбиции.

Основные профессии, в которых реализуются представители высшего класса, – трейдеры, специалисты по разнообразным рынкам, адвокаты, а также люди, имеющие дело с идеями, – функционеры разных фондов, журналисты, активисты, художники, дизайнеры, музыканты и т. д. Информационный век приносит на смену праздности круглосуточную занятость, когда «идеи и знания играют по крайней мере не меньшую роль, чем природные ресурсы и финансовый капитал» [14, с. 10]. Эта элита максимально толерантна – расизм, элитизм, антисемитизм, гомофобия наряду с демонстративной праздностью становятся низшими поведенческими формами. Элита впитала свободу и оригинальность богемы, отсюда смелость идей, спонтанность, естественность и экспериментаторство.

На смену наследственной передаче аристократических грамот и замкнутости круга элиты пришла полная открытость с равными возможностями. Новая элита воспитана на противостоянии устоявшейся элите, а значит, потребление должно быть минимально демонстративным, но осознанным и возвышенным. «Бобо» потребляет ради культурных переживаний. Сегодняшняя элита много читает, отдает приоритет всему профессиональному и высокотехнологичному, интеллектуальному и культурному. Естественность, спонтанность, открытость, самовыражение, комфорт – вот ее основные характеристики. Отсюда и соответствующий характер поведения – склонность доверять собственному вкусу и ощущениям, желание оригинальности и экспериментаторства. Следовательно, наблюдается возрастающий интерес к новым формам искусства, более смелым, понятным, простым, но в то же время уникальным и необычным. В современном коллекционировании это проявляется не только в желании обладать вещью, но и в том, чтобы заставить эту вещь работать на увеличение престижа и благосостояния ее обладателя, т. е. на приращение культурного и

экономического капиталов. В условиях нынешнего перепроизводства и избытка информации главными инструментами становятся креативный образ мышления и маркетинг.

Социальная практика коллекционирования в очередной раз испытывает новый виток развития. Изменения позволяют проследить трансформацию идей, которые становятся объектом капитализации, – от идеи редкости к идеи дисциплины и разума, затем от идеи нации и государственности к идее индустриального серийного производства. Сегодня основным объектом капитализации выступает идея маркетинга. Социальная практика коллекционирования – это визуально-предметное высказывание, создающее картину мира. Данным высказыванием субъект коллекционирования не только демонстрирует мир в определенной форме, но и утверждает собственное место в этом мире. Новая элита провозглашает принцип приращения культурного и экономического капиталов за счет генерации оригинальных идей и способов их применения на рынке. Таким образом, изучение практики коллекционирования в социологическом разрезе приобретает новый ракурс и представляет большой интерес для дальнейшего внимательного рассмотрения.

### Ссылки:

1. Хэйзинга Й. Тени завтрашнего дня. СПб., 2017. 454 с.
2. Там же. С. 55.
3. McIntosh W.D., Schmeichel B. Collectors and Collecting: A Social Psychological Perspective // *Leisure Sciences*. 2004. Vol. 26, iss. 1. P. 85–97.
4. Танычук Р. Искусство коллекционирования. Харьков, 2016. 372 с.
5. Томпсон Д. Оранжевая собака из воздушных шаров. СПб., 2018. 350 с.
6. Беньямин В. О коллекционерах и коллекционировании. М., 2018. 103 с.
7. Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения. Т. 42. М., 1974.
8. Беньямин В. Указ. соч. С. 84.
9. Upper Class [Электронный ресурс] // *Oxford Dictionaries*. URL: [https://en.oxforddictionaries.com/definition/upper\\_class](https://en.oxforddictionaries.com/definition/upper_class) (дата обращения: 24.03.2019).
10. Веблен Т. Теория праздного класса. М., 2017. 366 с.
11. Там же. С. 93.
12. Там же. С. 95.
13. Фромм Э. Бегство от свободы. М., 2009. 285 с.
14. Брукс Д. Бобо в раю: откуда берется новая элита. М., 2014. 296 с.

### References:

- Benjamin, W 2018, *About Collectors and Collecting*, Moscow, 103 p., (in Russian).
- Brooks, D 2014, *Bobos in Paradise. The New Upper Class and How They Got There*, Moscow, 296 p., (in Russian).
- Fromm, E 2009, *Escape from Freedom*, Moscow, 285 p., (in Russian).
- Huizinga, J 2017, *In the Shadow of Tomorrow (In de schaduwen van morgen)*, St. Petersburg, 454 p., (in Russian).
- Marx, K & Engels, F 1974, *Compositions*, vol. 42, Moscow, (in Russian).
- McIntosh, WD & Schmeichel, B 2004, 'Collectors and Collecting: A Social Psychological Perspective', *Leisure Sciences*, vol. 26, iss. 1, pp. 85-97, <http://dx.doi.org/10.1080/01490400490272639>.
- Tanchuk, R 2016, *The Art of Collectibles*, Kharkov, 372 p., (in Russian).
- Thompson, D 2018, *The Orange Balloon Dog*, St. Petersburg, 350 p., (in Russian).
- 'Upper Class' 2019, *Oxford Dictionaries*, viewed 24 March 2019, <[https://en.oxforddictionaries.com/definition/upper\\_class](https://en.oxforddictionaries.com/definition/upper_class)>.
- Veblen, Th 2017, *The Theory of Leisure Class*, Moscow, 366 p., (in Russian).