

Структурные трансформации форм коллекционирования в современном обществе

Научный руководитель – Мамедов Агамали Мамедович

Макарова Елена Александровна

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Кафедра социологии коммуникативных систем, Москва, Россия

E-mail: mariposamel@gmail.com

Согласно теории Т. Веблена представители «праздного класса», вступая в мир элиты, стремились принять их маркеры и принципы поведения, базирующиеся на классическом понимании элитного образа жизни и использовали потребление, в том числе предметов коллекционирования, для доказательства обладания богатством [1], то начиная со второй половины XX века мотивационные потребности нового «праздного класса», названного Д. Бруксом «богемной буржуазией» (*bourgeois bohemian* - «бобо») становятся совершенно иными. На смену обозначенным свидетельствам принадлежности к элите приходит философия «бобо» - философия снобизма и финансовой свободы, демократизма и образованности, в которой на первом месте определяется не сколько умением зарабатывать деньги (хотя это важнейший критерий философии «бобо»), сколько свободой самовыражения во всех его проявлениях. Маркером «бобо» стал компромисс между богемой и буржуазией, в котором толерантность обозначила *открытость* новой элитной страты и обусловила тренды коллекционирования. Креативность и смелость, естественность и спонтанность идей, экспериментаторство в их воплощении определили вектор современного статусного коллекционирования как демонстрации принадлежности к прогрессивной элите.

Эти тенденции кардинально изменили и рынок коллекционирования, развернув его в сторону культуры массового потребления, что повлекло механическую последовательность выстраивания социальной идентичности, которая лежит за гранью социальной разумности. Идеи культуры нового коллекционирования не стали продолжением (воспроизводством) культурной идентичности традиций, а обозначили радикальный срез парадигмальной трансформации, стали двигателем человеческих поступков и основанием мотивов коллекционирования, в основу которого положен символизм естественных потребностей, отделенных от субъективности собственного «Я» в сторону символической предметности объекта коллекционирования. Важным моментом подобного коллекционирования выступает псевдоновизна и креативность объектов. Это обуславливает динамичность коллекционирования, его зависимость от внешних изменений. Демонстрационное коллекционирование не имеет индивидуальности, оно социально, то есть привязано к появлению новых трендов и смены модных тенденций. Коллекционер, находясь в постоянном стремлении к обновлению объекта собирательства, которое позиционируется как символ личностного развития, по сути, утрачивает свое собственное «Я», подменяя его символическим престижем, в которой обличены все новые и новые объекты его коллекции.

Объекты устаревают по мере изменения моды и утрачивают свою значимость, а, следовательно, в отличие от традиционных коллекций, и стоимость. Этот диссонанс материальной и духовной стороны демонстрационного коллекционирования, в котором ценность (и материальная и духовная) подменена ее символическим восприятием, приводит к моральному опустошению коллекционера. Теряется не только смысл коллекционирования, но и сам коллекционер становится потребителем, не способным генерировать собственные смыслы.

Таким образом, можно констатировать тот факт, что в современном обществе происходят структурные трансформации форм коллекционирования, которые обусловлены развитием культурных трендов общества потребления.

Источники и литература

- 1) Веблен Т. Теория праздного класса. Глава 4. Демонстративное потребление. – М.: Изд-во «URSS», 2017. – 368 с.
- 2) Ефимочкина Н.Б., Коркия Э.Д., Мамедов А.К. Роскошь в культурных контекстах: вариативность развития: монография Н.Б. Ефимочкина, Э.Д. Коркия, А.К. Мамедов. – М.: Канон+ РООИ «Реабилитация», 2020. – 320 с.
- 3) Томпсон Д. Оранжевая собака из воздушных шаров. СПб., 2018. 350 с.
- 4) Феномен коллекционирования. Мотивы коллекционирования. URL: <http://www.culturermass.ru/lemas-337-2.html>