

УДК 008**DOI: 10.34670/AR.2022.58.28.022****Предметы антиквариата в системе культурных ценностей в эпоху
цифры****Якушина Нелли Павловна**

Аспирант,
Российская академия народного хозяйства
и государственной службы при Президенте РФ,
119571, Российская Федерация, Москва, просп. Вернадского, д. 82/1;
e-mail: nelli.yakushina@mail.ru

Аннотация

Работа посвящена раскрытию темы трансформации культурной ценности антикварных предметов в эпоху цифровизации. На основе изучения ряда теорий ценностей выявлены особенности предметов антиквариата в системе культурных ценностей. Исследуется понятие «антиквариат». В статье рассматривается субъективно-объективный подход к интерпретации эстетической ценности антиквариата. Также выявлены ценностные характеристики предметов антиквариата в эпоху консюмеризма: специфика «товарности» и символического капитала антиквариата. В исследовании раскрываются черты массовой и элитарной культуры в поле изучения антикварных предметов: выявлены цифровые форматы сближения массовой культуры с элитарной культурой в рамках изучаемой темы. Указывается на необходимость подготовленности индивида для восприятия эстетической и символической ценности антикварных предметов. В статье поднимается вопрос о цифровом равенстве в вопросах восприятия предметов антиквариата как части элитарной культуры.

Для цитирования в научных исследованиях

Якушина Н.П. Предметы антиквариата в системе культурных ценностей в эпоху цифры // Культура и цивилизация. 2022. Том 12. № 3А. С. 154-161. DOI: 10.34670/AR.2022.58.28.022

Ключевые слова

Ценность, антиквариат, цифровизация, арт-рынок, элитарная культура, массовая культура, предметы искусства, консюмеризм.

Введение

В XXI веке цифровизация становится основной идеей социального равенства [Тимофеев, 2019, 222]. Переход классической культуры и современного искусства в цифровой формат посредством тиражирования, воспроизведения и оцифровки приводит к превалированию, информационной избыточности, что неизбежно ведет к повсеместной массовой культуре, к искусству как развлечению.

Трансформация культурных ценностей в эпоху цифровизации затрагивает всех участников культурного процесса. В равной степени она относится как к потребителю современной культуры, так и к создателю, и даже к самому предмету искусства, который претерпевает изменения. Неизбежно данный процесс отразился на современном арт-рынке, затронув при этом обе его стороны: рынок антиквариата и рынок современного искусства.

Деятельность людей регулируется системой ценностей, характерной для определенной культуры. Обращение к аксиологической проблематике помогает выявить основные черты и механизмы регуляции деятельности носителя культурных ценностей [Романова, 2013, 55]. Для культурологического знания важной проблемой является статус предметов антиквариата в системе ценностей человека.

Перед исследователями существует ряд вопросов, которые ставит теория ценностей. Вопрос, который наиболее затрагивает арт-рынок, заключается в идеи объективного существования ценности, отдельного от носителя культуры, или субъективного, являющегося результатом сознания человека.

Прежде чем предпринимать попытку определить место предметов антикварного рынка в современной системе культурных ценностей, необходимо рассмотреть основные подходы к изучению понятия «ценность».

Учитывая изложенное, объектом нашего изучения является процесс трансформации системы культурных ценностей в эпоху цифровизации, предметом – культурно-ценностные аспекты измерения эстетической ценности предметов антиквариата.

Главная цель – выявить влияние цифровизации на восприятия предметов антиквариата в эпоху консьюмеризма.

Новизна и практическая значимость заключаются в исследовании трансформации эстетической ценности предметов антиквариата в эпоху распространения экранной культуры.

Субъективно-объективный подход в теории ценностей

Изучения феномена эстетической ценности невозможно без теоретической основы, так как само понятие «ценность» не имеет четкого определения в современном культурологическом знании. Поэтому необходимо рассмотреть основные теории ценностей.

Идея субъективизма в теории ценности была предпринята в ряде работ ученых, таких как Д. Юм, И. Кант, Г. Лотце, Р. Перри, Г. Риккерт и др. В понимании Канта ценность является субъективным феноменом, смешение которого с ценным предметом недопустимо. Источником ценностного отношения выступает наличие сознания и переживания у человека как носителя определенной культурной эпохи [Федоров, Благова, 2016, 130].

В то же время Д. Юм, рассматривая ценности через призму субъективного бытия, утверждал, что объекты без эмоционального процесса восприятия их человеком лишены ценности [Федоров, Благова, 2016, 130].

Немецкий философ Г. Лотце, внесший большой вклад в развитие аксиологии как теории ценностей, разделяя идеи субъективизма, также утверждал, что за пределами сознания человека и его эмоционального восприятия, вещь не обладает ценностью [Романова, 2013, 55].

Американский ученый Р. Перри в своей концепции ценностей на первое место выдвигает «интерес», который проявляется в чувственной природе человека по отношению к предмету: любой предмет приобретает ценность лишь в момент, когда на него распространяется интерес субъекта [Ростовская, Калиев, 2019, 34].

Центральным понятием аксиологической теории Г. Риккерта является «ценность», которое в его понимании тождественно понятию «значение». При этом, согласно Риккерт, осознание ценности объекта находится в сфере трансцендентного. Концепцию Риккерта отличает её отстранённость от реальности. Например, в его представлении чем больше в произведении искусства преобладают сюрреалистические черты, тем большую ценность оно представляет [Ростовская, Калиев, 2019, 37].

Именно признание трансцендентного характера мира ценностей ведет к пониманию их объективистской сущности, которая не зависит от сознания, восприятия и деятельности человека. Таким образом Риккерт демонстрирует различия между ценностью и оценкой: принадлежность к ценности в теории трансцендентального и субъективная оценка ценности [Ростовская, Калиев, 2019, 37].

М. Шелер разделял идею о дуализме ценностей: первый уровень – трансцендентальный, на котором находятся абсолютные ценности, второй уровень – эмпирический, который зависит от отношений субъекта с первым уровнем, его деятельности и потребностей. Таким образом, Шелер подчеркивает трансцендентальный характер ценностей, не отрицая влияния на них социальных факторов [Шелер, 1994, 319].

В трудах А.Ф. Лосева теория ценностей рассматривается через призму социально-культурной реальности, как феномен социального и исторического процессов. Другой русской мыслитель М.М. Бахтин утверждал, что любой индивид, предмет или процесс имеет ценность.

Теория объективизма тесно связана с социокультурными факторами. Ценности в процессе исторического развития и их субъективного восприятия носителями культуры приобретают объективный характер. Исходя из этого, можно сделать вывод, что ценности являются феноменом субъективно-объективного подхода. Ценности, являясь результатом субъективного восприятия, обусловлены объективными факторами социокультурной деятельности.

Возвращаясь к теме исследования, отметим, что в субъективно-объективном подходе теории ценностей антиквариат как артефакт того или иного типа культуры характеризуется различными ценностными характеристиками. Выступая в качестве знака, вещь становится частью культурного текста и системы культурных кодов. Исходя из этого, важным вопросом остается определение статуса антиквариата в системе культурных ценностей [Москвина, 2015, 49]. Какие качества определяют вещь как антикварную: возраст (50 лет) или неповторимость и невозпроизводимость?

Определение значения слова «антиквариат», а также его статуса в системе современных культурных ценностей остается по-прежнему одним из важнейших аспектов культурологического исследования.

В правовом поле антиквариатом считаются культурные ценности, созданные более 50 лет назад (в США и ряде других стран – более 100 лет назад) ФЗ № 4804-01. Л.Л. Шпаковская относит к антикварным предметам простые старинные вещи, художественные произведения и предметы с провенансом, рассматривая их именно в контексте их «историчности». Отметим,

что данный подход, в котором маркером антикварности выступает временной аспект, не принимает во внимания то, что не все предметы антиквариата будут являться культурными ценностями. При этом трактовка концепта «редкости» в исследовании Л.Л. Шпаковской неразрывно связана с художественной ценностью: «Произведение искусство – это то, что всегда уникально и неповторимо; художественная ценность есть объективная характеристика, которая позволяет вещи «отправиться в путешествие по времени»». Однако вещи, не обладающие высокой художественной ценностью и уникальностью за счёт своей «историчности», также становятся антикварными [Шпаковская, 2000, 72].

Субъективно-объективный подход теории ценностей на примере символической природы антикварных предметов, которые не имеют высокой художественной ценности, обладая при этом высокой коллекционной привлекательностью, демонстрирует влияние восприятия индивида и его деятельности, направленные на объект. Особая «аура», о которой писал В. Беньямин, это уникальное ощущение предмета, определяемое тем культурным контекстом, в котором оно было создано [Беньямин, www].

В статье Л.Л. Шпаковской отметим важный вывод, который делает автор, о том, что историчность, «коллектибельность», а также художественная ценность наделяют антикварные вещи превосходством, за счёт которого они приобретают символическую ценность в обществе [Шпаковская, 2000, 72].

Понятие «ауры» в контексте восприятия антиквариата в субъективно-объективном подходе теории ценностей можно считать определяющим фактором. «Аура» предмета антиквариата заключается в его аутентичности, уникальном существовании в определенном промежутке времени. Именно этим свойством не обладают подделки и копии, так как за ними, при всем внешнем сходстве, не ощущается истории. Так понятие подлинности в понимании В. Беньямина выступает в качестве определения ценности предмета [Беньямин, www]. В XX веке с появлением массовой культуры и развитием технологий и средств воспроизведения произведений искусства дискурс о растворении ауры «высокого» искусства в мире симулякров и копий обнажил процессы изменения в ценностных ориентациях людей [Бодрийяр, 2016, 63].

Ценностные характеристики предметов антиквариата в эпоху консюмеризма

«Провал» ценностей – период, когда предметы становятся немодными или теряют свои функции, но при этом сохраняют высокую символическую значимость для определенной группы людей. В это время происходит смена культурных форм и эстетических категорий, обусловленных антропологической сущностью человека. Первая половина XX века стала началом культуры общества потребления и массового воспроизведения предметов «вне времени».

Именно эти изменения затруднили процесс встраивания предметов антиквариата в систему ценностей человека, бережного отношения к предметам прошлого как части культурного наследия. В избыточной информативности и превалирующем тиражировании растворяется аутентичность предметов.

При определении уровня ценности предметов антиквариата важную роль стал играть фактор инвестиционной привлекательности, который придаёт оценке еще более субъективный характер и означает отход от понимания предмета как выражения определенных общезначимых и ценностных смыслов.

Процессы тиражирования и оцифровки в эпоху консюмеризма, подвергая трансформации искусство, вводят его в Интернет-пространство. Цифровые технологии, призванные приблизить искусство к современному потребителю культуры, не способны транслировать символическую ценность и «ауру» предметов антиквариата. Поэтому необходимо рассмотреть более подробно процесс цифровизации в контексте потребления таких культурных благ как антиквариат.

Предметы антиквариата в эпоху консюмеризма превращаются в самостоятельные субъекты, способные обозначить социальный статус человека. Французский социолог П. Бурдьё, разработавший концепцию культурного капитала, описывает приобретение эстетического объекта (произведения искусства или предмета одежды) как его превращение в «объект», которым не достойны владеть другие, так как они лишены тех материальных или символических благ, которые являются необходимыми для его присвоения [Бурдьё, www].

Из этого следует, что антиквариат в эпоху неограниченного потребления наделяется качествами товарности, но в отличие от современного искусства, ориентированного на рыночную стабильность, не теряет своей художественной ценности и неповторимости за счёт пространственно-временного континуума. Ведь, как говорилось ранее, одним из определяющих факторов ценности антиквариата выступает феномен «историчности».

Одной из форм сближения антиквариата с массовой культурой являются онлайн-аукционы и социальные сети, которые служат основными каналами для демонстрации и продажи антикварных предметов в условиях современного арт-рынка. Основным вопросом в данных условиях является: насколько новые формы репрезентации предметов антиквариата трансформируют их символическую сущность, содержащую память о прошлом? Возможно ли «снижение» эстетической ценности антиквариата в контексте массового «потребления» культуры? Отвечая на этот вопрос, отметим, что понимание и «потребление» предметов антиквариата требует определенной подготовки для их полноценного восприятия, поэтому их относят к феномену элитарной культуры. Процесс тиражирования сложно совместим с понятием антиквариата. Подделки и копии предметов антиквариата, которые могли бы быть рассмотрены в контексте массовой культуры, не носят стихийный характер.

В эпоху массового воспроизведения антикварные предметы создают иллюзию подлинности, причастности к культуре элитарного потребления.

Однако, изменения в культурно-ценностных аспектах измерения эстетической ценности предметов антиквариата в эпоху распространения экранной культуры неизбежны. Экранные репрезентации также оказывают влияние на художественные вкусы и предпочтения в сфере коллекционирования антиквариата. Можно ли говорить о том, что предметы антиквариата становятся частью массовой культуры за счёт их распространения и демонстрации посредством Интернета? Отметим, что этот вопрос входит в поле культурных трансформаций, которые происходят в современной культуре, и должен быть рассмотрен в связи с изменениями всего экранного искусства [Шапинская, www].

Если рассматривать вопрос демонстрации и «потребления» предметов антиквариата как экранных репрезентаций, то данный процесс носит просветительский характер, направленный на любителей. Язык Интернета, в частности в социальных сетях, уравнивает массовое искусство и предметы антиквариата. Однако, это всего лишь способ демонстрации, который не распространяется на публику.

Ещё одной формой сближения элитарной культуры, в рамках которой рассматриваются предметы антиквариата, с массовой культурой, служат городские блошиные рынки. В отличие от аукционных торгов они являются доступной формой соприкосновения широких масс с

предметами старины. Вместе с тем иллюзорность вовлеченности в мир предметов прошлого не делает публику более подготовленной для восприятия искусства.

Процесс тиражирования в эпоху консюмеризма в системе культурно-эстетических ценностей антикварных предметов может быть рассмотрен с двух сторон. С одной стороны, экранные репрезентации предметов антиквариата создают иллюзию их «доступности» для восприятия и понимания. С другой, такой вид популяризации антиквариата не способствует формированию представления об эстетической ценности. Таким образом, мы снова возвращаемся к вопросу о подготовленности публики к потреблению такого рода культурных благ.

Заключение

В эпоху цифровизации происходят изменения не только в поведении индивидов, но и изменения в ценностях. Возвращаясь к вопросу об идее объективного существования ценности предметов антиквариата, отдельного от носителя культуры, или субъективного, являющегося результатом деятельности сознания человека, нельзя не задуматься о том, как дигитализация влияет на увеличение или снижение культурного капитала антикварных предметов. Однозначного ответа на данный вопрос нет, так как процесс оцифровки имеет различный контекст в разных слоях общества.

Проблемы цифрового равенства обнажили ряд проблем. Привлечение новой аудитории в режиме он-лайн только увеличивает существующее неравенство в сфере элитарной культуры.

Предметы антиквариата выступают в качестве посредников при трансформации культурных ценностей в обществе. Однако, важную роль здесь играют такие институции, как аукционные дома, дилеры, эксперты-оценщики, арт-галереи и т.д.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что в эпоху растиражированных моделей потребления, которые заключаются в потреблении одинаковых предметов в цифровом пространстве, ценность антикварных предметов заключается в сохранении личного переживания индивида.

Библиография

1. О вывозе и ввозе культурных ценностей: федер. закон Рос. Федерации от 15.04.1993 № 4804-1 URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1905/ (дата обращения: 27.03.2022).
2. Беньямин В. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости // Медиум. М., 1996. URL: https://monoskop.org/images/3/3f/Benjamin_Valter_Proizvedenie_iskusstva_v_epokhu_ego_tekhnicheskoy_vosproizvodimosti_Izbrannye_esse_1996.pdf (дата обращения: 20.03.2022).
3. Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляции. М., Постум, 2015, 240 с.
4. Бурдые П. Рынок символической продукции // Вопросы социологии. 1993. № 1–2. URL: <https://gtmarket.ru/library/articles/172> (дата обращения 7.03.2022).
5. Москвина И.К. Институция антиквариата в современной России: роскошь или культурная ценность? // Система ценностей современного общества. 2015. № 41. С. 48-53.
6. Романова О.Б. Основные теоретические подходы к содержанию понятия «Ценность» // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. 2013. Т. 22. № 4. С. 55-63.
7. Ростовская Т.К., Калиев Т.Б. Современные теории изучения ценностно-смысловой сферы // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2019. Т. 53. № 1. С. 33-40.
8. Тимофеев А. В. Трансформация аксиологических ориентаций человека в условиях цифровизации: опыт философского анализа // Наука XXI века: актуальные направления развития. 2019. № 1-2. С. 221–225.
9. Фёдоров В.А., Благова А.С. Эволюция понятия «ценность» // Вестник Российского университета дружбы народов. 2016. № 1. С. 128-140.

10. Шапинская Е.Н. Культурное наследие и вызовы цифровой эпохи: трансформация культурных форм и эстетических ценностей // Большая Евразия: развитие, безопасность, сотрудничество. 2019. URL <https://cyberleninka.ru/article/n/kulturnoe-nasledie-i-vyzovy-tsifrovoy-epohi-transformatsiya-kulturnyh-form-i-esteticheskikh-tsennostey> (дата обращения: 24.03.2022).
11. Шелер М. Избранные произведения. М.: Гнозис, 1994. 490 с.
12. Шпаковская Л.Л. Общественная ценность антиквариата // Социологический журнал. 2000. № 1-2. С. 66-78.

Antiques in the system of cultural values in the era of digital

Nelli P. Yakushina

Postgraduate,
Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration,
119571, 82/1, Vernadskogo av., Moscow, Russian Federation;
e-mail: nelli.yakushina@mail.ru

Abstract

The article is devoted to the disclosure of the topic of transformation of the cultural value of antique objects in the era of digitalization. Taking into account the study of a number of value theories, the peculiarities of antiques in the system of cultural values are revealed. The concept of "antiques" is being investigated. The article aims to examine a subjective-objective approach to the interpretation of the aesthetic value of antiques. The author makes an attempt to reveal the value characteristics of antiques in the era of consumerism: the specifics of the "marketability" and symbolic capital of antiques. The study reveals the features of mass and elite culture in the field of studying antique objects: digital formats of convergence of mass culture with elite culture. The author of the article points out the need for the individual to be prepared for the perception of the aesthetic and symbolic value of antique objects. The article raises the question of digital equality in the perception of antiques as part of elite culture.

For citation

Yakushina N.P. (2022) Predmety antikvariata v sisteme kul'turnykh tsennostei v epokhu tsifry [Antiques in the system of cultural values in the era of digital]. *Kul'tura i tsivilizatsiya* [Culture and Civilization], 12 (3A), pp. 154-161. DOI: 10.34670/AR.2022.58.28.022

Keywords

Value, antiques, digitalization, art market, elite culture, mass culture, art objects, consumerism.

References

1. Benjamin W. (1996) Proizvedenie iskusstva v epokhu ego tekhnicheskoy vosproizvodimosti [A work of art in the era of its technical reproducibility]. Medium [Medium]. Moscow. Available at: https://monoskop.org/images/3/3f/Benyamin_Valter_Proizvedenie_iskusstva_v_epokhu_ego_tekhnicheskoy_vosproizvodimosti_Izbrannye_esse_1996.pdf [Accessed 20/03/22].
2. Baudrillard J. (2015) Simuliakry i simuliatsii [Simulacra and simulations]. Postum [Postum]. Moscow.
3. Bourdieu P. (1993) Rynok simvolicheskoy produktsii [The market of symbolic products]. Voprosy sotsiologii [Questions of sociology], 1-2. Available at: <https://gtmarket.ru/library/articles/172> [Accessed 7/03/22].
4. Moskvina I.K. (2015) Institutsiia antikvariata v sovremennoi Rossii roskosh` ili kulturnaia tsennost` [The institution of antiques in modern Russia: luxury or cultural value?]. Sistema tsennostei sovremennogo obshchestva [The value system

- of modern society], 41, pp. 48-53.
5. On the export and import of cultural property: Feder. law Ros. Federation of April 15, 1993. No. 4804-1 URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1905/ [Accessed: 03/27/2022].
 6. Romanova O.B. (2013) Osnovnye teoreticheskie podkhody k sodержaniyu poniatii «tsennost'» [Basic theoretical approaches to the content of the concept of “value”]. *Territorii novykh vozmozhnostei. Vestnik Vladivostokskogo gosudarstvennogo universiteta ekonomiki i servisa* [Territory of new opportunities. Bulletin of the Vladivostok State University of Economics and Service], 22 (4), pp. 55-63.
 7. Rostovskaya T.K., Kaliev T.B. (2019) Sovremennye teorii izucheniia tsennostno-smyslovoi sfery [Modern theories of the study of the value-semantic sphere]. *Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N. I. Lobachevskogo* [Bulletin of the Nizhny Novgorod University named after N.I. Lobachevsky], 53 (1), pp. 33-40.
 8. Timofeev A.V. (2019) Transformatsiia aksiologicheskikh orientatsii cheloveka v usloviakh tsifrovizatsii opyt filosofskogo analiza [Transformation of axiological orientations of a person in the conditions of digitalization: the experience of philosophical analysis]. *Nauka XXI veka aktualnye napravleniia razvitiia* [Science of the XXI century: current directions of development], 1-2, pp. 221-225.
 9. Fedorov V.A., Blagova A.S. (2016) Evoliutsiia poniatii tsennost' [Evolution of the concept of “value”]. *Vestnik Rossiiskogo universiteta druzhby narodov* [Bulletin of the Peoples' Friendship University of Russia], 1, pp. 128-140.
 10. Shapinskaya E.N. (2019) Kulturnoe nasledie i vyzovy tsifrovoi epokhi transformatsiia kulturnykh form i esteticheskikh tsennostei [Cultural heritage and challenges of the digital age: transformation of cultural forms and aesthetic values]. *Bolshaiia Evraziia: razvitie, bezopasnost', sotrudnichestvo* [Greater Eurasia: development, security, cooperation]. Available at: URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kulturnoe-nasledie-i-vyzovy-tsifrovoy-epokhi-transformatsiya-kulturnyh-form-i-esteticheskikh-tsennostey> [Accessed: 03/24/2022].
 11. Scheler M. (1994) *Izbrannye proizvedeniia* [Selected works]. Gnosis [Gnosis], Moscow.
 12. Shpakovskaya L.L. (2000) Obshchestvennaia tsennost' antikvariata [Public value of antiques]. *Sotsiologicheskii zhurnal* [Sociological journal], 1-2, pp. 66-78.