

А. А. Калашикова

## ХЭНДМЕЙД КАК АВТОНОМИЗИРУЮЩЕЕСЯ ПОЛЕ СИМВОЛИЧЕСКОГО ПРОИЗВОДСТВА

Харьковский национальный университет им. В. Н. Каразина, Украина, 61022, г. Харьков, пл. Свободы, 4

В статье аналитически осмыслен социальный феномен хэндмейда. Рассмотрены его исторические корни, связи с глобальной и локальными культурами, процессом закрепления ценности ручного труда в виртуализирующемся обществе. Рассмотрена несостоятельность отдельных факторов, которыми исследователи объясняют современное развитие хэндмейда (феминистская идеология, глобальный экономический кризис, рукодельные традиции низших и высших (праздных) классов). Доказывается, что хэндмейд связан с движением «искусств и ремесел», со встречей местных культурных традиций в мировом пространстве, созданном с помощью новых средств массовой коммуникации. Анализируются эстетические (изменения художественной ценности продукта, вытекающие из роста навыков мастера), социальные (возможность личного использования, дарения или продажи) и психологические (субъективная мотивация участия) смыслы хэндмейда. Практика обмена опытом между мастерами хэндмейда и отсутствие критики также подвергаются буржуазному рассмотрению в качестве средства для создания взаимного признания, необходимого для распределения власти номинации в новой области. Продукты хэндмейда рассматриваются как овеществленные социальные действия и отношения, делегаты в латуровском смысле. Показано, что хэндмейд в его современном виде успешно претендует на рассмотрение в качестве символического товара, составляя конкуренцию области искусства. Хэндмейд утверждает безусловную ценность ручного труда, стремясь занять положение изобразительного искусства с его символической ценностью художественного производства, которую принципиально невозможно подвергнуть отрицанию. Таким образом, современный хэндмейд исследуется как успешно претендующий на создание автономного поля, граничащего с полями высокого искусства и дизайна. Библиогр. 18 назв.

*Ключевые слова:* хэндмейд, ручной труд, произведение искусства, поле символического производства.

A. A. Kalashnikova

## HAND-MADE AS THE AUTONOMIZING FIELD OF SYMBOLIC PRODUCTION

V.N. Karazin Kharkiv National University, 4, pl. Svobody, Kharkiv, 61022, Ukraine

The article analytically regards the sociological phenomenon of the 'handmade'. The author investigates its historic origins, relations to global and local cultures, and the process of the manual labour valuation in the virtualization society. There are investigated handmade contemporary development probable factors, such as the feministic ideology, the global economic crisis and the handiwork tradition of lower and higher (idle) classes. Handmade is claimed to be connected with the "Arts & Crafts" movement and with the encounter of local cultural traditions in the global space created by the new media. Aesthetical, social and psychological contents of handmade activities are analyzed. We regard to both the subjective motivation of participation in handmade activities and the change in the way products are used, deriving from the growth of artisans' skills (the opportunities for use, presentation or sale). Practices of the experience of exchange between handmade artisans and critical absence are also put under bourdieusian consideration as a means to create the mutual recognition necessary for the distribution of the nomination authority in the emerging field. Handmade products are considered as reified social actions and relations, delegates in latourian sense. It is demonstrated, that handmade approves the unconditional value of the manual labour, aiming to occupy the position of the fine arts with its unable-to-negate symbolic value of artistic production. Therefore, contemporary handmade is explored as successfully making bids for creating its autonomous field between that of fine arts and design Refs 18.

*Keywords:* handmade, manual labour, artwork, field of symbolic production.

---

© Санкт-Петербургский государственный университет, 2016

Современное течение культурных процессов характеризуется сочетанием таких на первый взгляд противоречивых явлений, как глобализация и возрождение локальных культур, «цивилизованность» сознания и осуществление практик, которые можно скорее отнести к магическим, массовое использование новых медиа в том числе для интеграции наиболее архаичных по происхождению групп (например, религиозных и этнических). Эта эпоха коммуникативных перемен в постсоветских обществах проходит на фоне реактуализации и обмена традиционными образцами, практиками народной культуры с обществами открывшегося им остального мира. Синтез базового и заимствованного приводит к появлению таких феноменов, которые, по форме своей оставаясь, несомненно, потомками давно известных и описанных явлений, по сути представляют собой нечто уже совершенно другое — продукт постмодернистской гипертекстуальной эклектики. Например, игра *PokemonGo*, завоевавшая симпатии множества игроков во всем мире, является своеобразной композицией охоты, коллекционирования и соревнования, которую, однако, нельзя ни свести к чему-либо одному, ни признать продуктом культуры конкретного географически и политически идентифицируемого сообщества, ни приписать гипотетической «глобальной культуре». Подобным синтетическим феноменом является хэндмейд — целый комплекс хобби, в последнее десятилетие приобретший огромную популярность, в том числе в постсоветских обществах. **Цель** нашего исследования в рамках данной статьи — социологическое осмысление названного культурного феномена, в частности его источников, факторов актуализации и тенденций развития.

Хэндмейд (возможно также хендмейд и другие транслитерации, от *hand* — рука, *made* — изготовленный) представляет собой процесс и результат эстетически опосредованного ручного труда, который подразумевает производство, переделку или дополнение вещей (чаще всего предметов быта или безделушек)<sup>1</sup>. Это понятие относится к области пересечения хобби, декоративно-прикладного искусства и народных ремесел. Феномен хэндмейда<sup>2</sup> пока не привлекал внимания социологов, хотя сегодня наблюдаются широкое распространение в различных языковых сегментах интернета страниц, посвященных различным техникам рукоделия, увеличение количества торговых точек, предлагающих «товары для творчества», рост числа потребителей этих товаров, свидетельствующих о превращении любительского рукоделия в широко распространенную и качественно своеобразную социальную практику. Описывая термины «рукоделие» и «хэндмейд» как конкурирующие в современном русском языке, филолог А. Плотникова отмечает, что последний «используется как родовое понятие для обозначения всего, что сделано своими руками в разных техниках рукоделия: декупаже, скрапбукинге, фелтинге, пэчворке, батике, изготовлении мыла и свечей ручной работы, выдувании бусин из стекла и т. д.» [2, с. 154]. Даже этот далеко не полный перечень техник, как можно заметить, содержит элементы, возникшие в разных регионах мира. Поэтому в данном исследовании «рукоделие» подразумевает традиционные для географически ограниченной культурной формы виды ручного труда, а хэндмейд рассматривается скорее как результат полилога культур, инициированного повсеместным распространением

<sup>1</sup> Мы считаем возможным рассматривать хэндмейд как труд, поскольку он является целесообразной созидательной активностью [1].

<sup>2</sup> Следуя за русскоязычным интернет-дискуссом, считаем возможным склонять это слово.

интернета. В частности, это находит отражение в терминологическом аппарате, чаще всего полностью заимствованном из английского языка [2]. С этим связана еще одна важная характеристика современного хэндмейда: он существует и развивается благодаря и посредством коммуникации в виртуальных социальных сетях.

Начнем с рассмотрения источников хэндмейда. Поскольку вещи создаются мастером вручную, они позиционируются и воспринимаются как единственные в своем роде (или, по крайней мере, очень немногочисленные, уникальные) и «сделанные с душой». Последний тезис, весьма часто встречающийся в посвященных хэндмейду источниках, — эхо идеологической программы движения «искусств и ремесел», сформулированной У. Моррисом в конце XIX в. Этот художник-реформатор утверждал, что человек, окружаемый одинаковыми, типичными, изготовленными машинным способом вещами, теряет всякое ощущение комфорта в своем доме — социологически обобщая, можем сказать, и в своей повседневности. Вещи той эпохи — первые образцы подлинно массового производства — действительно были близкими, не слишком удобными, лишенными эстетической привлекательности. У. Моррис мечтал о возвращении к ручному изготовлению предметов на новом уровне, о том, как привлекательные вещи заменят уродливые образцы массового производства. Изначально ориентированный на возрождение средневековых народных искусств, укорененных в народной традиции, Моррис столкнулся с неразрешимой дилеммой дороговизны и низкой скорости такого производства. Это совершенно не соответствовало его стремлению обеспечить красивыми, сделанными вручную предметами быта широкие массы населения. Хотя его собственный художественный цех в итоге потерпел экономическое фиаско, идеи Морриса о воспитании вкуса массового потребителя через эстетизацию потребляемого были восприняты промышленным производством и, в конечном счете, с появлением такой отрасли, как дизайн, к настоящему времени стали едва ли не общим местом. Несмотря на достижения современного дизайна в вопросах эргономики и оформления, предметы, изготовленные по индивидуальному заказу, считаются более качественными, а их потребление является более престижным, чем потребление стандартных массово производимых вещей [3].

Исследователи выделяют целый ряд факторов, опосредовавших актуализацию этой эстетической программы именно в настоящее время. Примат индустриального производства в эпоху модерна утвердил ценность функционального продукта, производимого с минимальными издержками. Потребительские характеристики массового продукта были (и остаются) вынужденно ориентированными на некие усредненные показатели. В индустриальном производстве человек, будучи естественным образом удален от непосредственного контакта с производимым, лишается также возможности определять уникальные свойства конкретной единицы продукции. Хэндмейд принципиально противопоставляет себя такому производству. Будучи основным способом изготовления вещей для обществ домодерна, с постепенным переходом к цеховому, а затем к промышленному производству рукоделие теряет свою практическую значимость, становится формой досуга для праздных классов (в терминологии Т. Веблена [4]). Так, дочери британских и русских аристократов вплоть до конца XIX в. вышивали или вязали, о чем находим множество упоминаний, в том числе в художественной литературе того времени. Отдельные техники хэндмейда, напротив, пришли из культурных практик сред-

них и низших классов, направленных на починку или вторичное использование вещей. Таков, например, декупаж — декорирование поверхности мебели, посуды и других предметов бумажными салфетками, который является, по сути, способом украсить и обновить обстановку с минимумом издержек. Неудивительно, что обращение к подобным практикам принято связывать с падением материального благосостояния вроде Великой депрессии или недавнего глобального экономического кризиса [5]. Но для современных мастеров эта деятельность уже не является способом преодоления материальных ограничений, каковой она была на заре своего существования. Карманы из носков и куклы из соломы первоначально были средством не добавить предмету эстетического или символического содержания, а рационально использовать отходы, отремонтировать или вторично использовать его. Сегодня хэндмейд не сразу позволяет сэкономить на покупке вещей, поскольку требует от новичка ощутимых финансовых вложений в необходимые материалы и инструменты, которые, даже если и обладали когда-то статусом присутствующих в любом доме, к нынешнему времени его утратили. И. Охолина описывает хэндмейд как самый популярный сегодня вид «серьезного досуга» среди американцев, в частности домохозяек, и связывает его актуализацию с идеологией феминистских движений: «Возрождение хэндмейда в облике “полезного” досуга и возрастающая его популярность связана не с прикладным характером его сути в XIX — нач. XX в., а проявляется как мощное средство самовыражения и, говоря о хэндмейде как в основном о женском досуге, является символом самодостаточности и самостоятельности женщин» [6, с. 180]. Не оспаривая факта беспрецедентной популярности этого вида досуга в США, отмеченной, в том числе, в ряде этнографических и культурологических исследований [7–9], приходится все же обратить внимание на некоторую необоснованность тезиса о выражении домохозяйками самостоятельности посредством хэндмейда. В частности, в хэндмейде по эту сторону Атлантики, где идеи феминизма находят менее массовое и радикальное выражение, тоже пока сохраняется гендерная диспропорция, свойственная рукоделию, то есть абсолютное большинство мастеров составляют женщины. Мы склонны считать это скорее последствием архаического маркирования пространства внутри дома как преимущественно женского [10], которое опосредует традиционно определяющую роль женщины в выборе интерьера, а значит, и создании отдельных его элементов своими руками.

Вместе с тем свобода самовыражения в хэндмейде представляет для мастеров очевидную ценность. Можем предположить, что хэндмейд обязан своей популярностью современному постмодерному повороту к личности, утверждению ее безусловного примата над коллективным и групповым. Существуют как минимум три аспекта субъективной значимости хэндмейда для мастера, его психологического смысла:

- домашняя арт-терапия как способ снятия стресса;
- попытка осуществления эскапизма через приближение рутинного предмета к эстетическому идеалу;
- способ невербального выражения эмоций и отношения к себе или другому (подарки, сделанные собственными руками).

Кроме субъективной мотивации (определяющим, на наш взгляд) фактором современной моды на хэндмейд являются возможности применения результатов

такого труда, их социальные смыслы. Хэндмейд-изделия могут быть предназначены для украшения собственного жилища, в подарок либо для продажи (обмена). Легко заметить, что расширение этого набора возможностей (постепенный переход от работы *исключительно* для себя к работе на себя *или* на заказчика) связано в первую очередь с ростом мастерства, владения техникой и совокупностью художественных приемов. Этому сопутствует повышение ожиданий относительно реакции обобщенного Другого — от изменения своей частной собственности, о чем никто, строго говоря, не имеет права судить, до «не стыдно и подарить» и, наконец, до открытого требования вознаграждения за свой труд. В процессе этого перехода отличие досуга от производительной практики стирается — деятельность, преследующая рекреационные цели, начинает приносить доход, а потому с необходимостью стремится к снижению временных и трудовых затрат на производство ради максимизации количества производимого продукта и (или) минимизации усилий по его производству. В пользу этого свидетельствует ассортимент любого магазина «товаров для хобби» или внимательный анализ творчества любого коммерчески успешного мастера — казалось бы, хэндмейд предполагает максимум рукоделия [11], но на деле это совсем не так. Мастера используют для работы не только произведенные промышленным способом материалы, изготовление которых требует слишком больших издержек (бумагу, бусины, краски, нити), но и чаще отказываются от собственноручного изготовления элементов, относительно которых можно было бы ожидать, что уж они-то будут сделаны вручную. Так, широко используются штампы, промышленные растительные экстракты и отдушки, трафареты для фигурного вышивания и надписей, готовые фоновые и декоративные рисунки, наборы гармонирующих по цвету лоскутов, приспособления для фигурного вырезания орнаментов и так далее; автору случалось видеть в продаже даже «готовые», то есть красиво завязанные, бантики. Ручной труд, таким образом, сводится к подбору и сочетанию элементов, а также выполнению простейших технических операций по «сборке» предмета.

В то время как движение «искусств и ремесел» стремилось к производству высококачественных уникальных вещей преимущественно из природного сырья, современный хэндмейд отделен от экодизайна и ориентируется скорее на придание уникальности продуктам массового производства (декорирование мобильных телефонов, одежды и др.). Здесь используется «сырье второго порядка»: серийные предметы служат основой для хэндмейда и превращаются в уникальные посредством добавления или надстраивания над вещной формой (обычно не претерпевающей радикальных изменений) символического содержания, привносимого вовлечением ручного труда. Реальное количество его при этом может быть очень невелико, однако сам факт наличия уже способен сообщить предмету эту символическую ценность, конвертирующуюся в повышенную рыночную стоимость. Вещи, сделанные вручную, продаются по цене на порядок выше цены продуктов массового производства [3, 11], хотя, как мы увидели выше, это не имеет прямого отношения к объективно большим затратам сложного труда.

Этим современный хэндмейд отличается и от домодерного, и от аристократического, и во многом даже от «антикризисного» рукоделия. Первый и последний названные типы объединяет то, что их целью является сама произведенная *вещь*; для аристократического рукоделия таковой становится *занятие*, манифестирую-

щее высокое положение субъекта, культурный капитал, которым он обладает. Для современного же хэндмейда характерно утверждение ценности не столько даже самого ручного труда как времени, усилий, специальных навыков, сколько *непосредственного личного участия* мастера в создании предмета.

Учитывая описанную выше возможность использования готовых элементов и приспособлений, минимизирующих необходимые усилия со стороны мастера, позволим себе высказать предположение о том, что принципиальным моментом здесь является не столько собственно труд, сколько соприсутствие мастера с предметом в физическом пространстве [12] и преобразование этого предмета с ориентацией на конкретного Другого. Таким образом, хэндмейд-изделие представляет собой, так сказать, воплощенное социальное действие по М. Веберу. Здесь уместно некоторым образом вывернуть наизнанку известное высказывание другого классика социологии об изучении социальных фактов как вещей, как это уже сделал Б. Латур, предложив изучать вещи как социальные факты делегирования труда: «Знание, мораль, профессиональное мастерство, принуждение, общительность являются качеством не людей, но людей, сопровождаемых целой свитой делегированных персонажей. Поскольку каждый из этих делегатов формирует связность какой-то части нашего социального мира, это означает, что изучение социальных отношений невозможно, если не принимать во внимание не-человеков» [13, с. 222]. Б. Латур рассуждает в первую очередь о вещах функциональных, однако отсутствие — точнее, необязательность или суженность — утилитарной функции у сделанных вручную предметов означает в их случае всего лишь примат собственно социальной функциональности. Действительно, подобной вещи, которая предназначена для дарения по какому-либо поводу (в первую очередь это скрапбуки<sup>3</sup>, открытки, игрушки), делегирована не только демонстрация, но и осуществление (овеществление) личного *человеческого* участия — ручного труда, даже если даритель обратился к наемному мастеру. Можно предположить, что необходимым условием для появления возможности превращения ручного труда-участия в ценность стала инфляция материальности и дефицит физического соприсутствия, наступившие в эпоху виртуализации социального.

Эстетизация предметов быта, провозглашаемая целью хэндмейда вслед за декоративно-прикладным искусством, опосредуется личными эстетическими предпочтениями мастеров. Поскольку они обычно не имеют отношения к профессиональному искусству или дизайну, эти предпочтения формируются эстетикой, восходящей, с одной стороны, к народному украшению быта, с другой — к массовой культуре, то есть отсутствию «хорошего вкуса», или предпочтению прекрасному прелестного, по А. Шопенгауэру. Таким образом, хэндмейд можно расценивать как форму беспрецедентной народной культуры — культуры глобального сообщества, приобретшего новые системные свойства из-за увеличения взаимной связанности социальных субъектов. Аргументом в пользу этой гипотезы является то, что фактором активизации народной культуры (если понимать ее по М. Бахтину), ее выступления против поддерживающей политическое господство официальной культуры является процесс глобализации, сталкивающий эти два разнонаправленных

---

<sup>3</sup> Скрапбукинг (от *англ.* *scrapbooking*) — создание альбомов для фотографий, вырезок, записей и мелочей, помогающих сохранить память о каком-либо событии или периоде.

явления. В. Луков высказывает предположение, что и современная (третья, согласно Э. Тоффлеру) волна глобализации так же, как и предыдущие, приведет к открытию народной культуры и обогащению цивилизации традицией [14], чем, собственно, и является хэндмейд, если рассматривать его на макроуровне.

Представление о ценности ручного труда-участия как такового гомологично представлению о ценности искусства как продукта субъективного художественного видения. Так же как искусство обрело право устанавливать *собственно художественную* ценность произведения с провозглашением свободы высказывания художника [см.: 15, 16], хэндмейд как серьезное, поощряемое и оплачиваемое занятие стремится утвердить «*сделано вручную*» как не подлежащую сомнению, самодовлеющую ценность. Только в случае успешного утверждения-усвоения этой ценности в обществе, *возможности социального принятия* ее как безусловной хэндмейд может окончательно автономизироваться как поле символического производства (область продуктивной деятельности, стоимость результатов которой опосредуется их конвенционально устанавливаемой символической ценностью) [17] и, следовательно, совершенно обезопасить себя, в том числе от эстетической оценки. Эстетическое суждение с позиции «художественного вкуса» пока еще является значимой угрозой для формирующегося поля хэндмейда — этот вывод напрашивается после самого поверхностного знакомства с сообщениями и комментариями мастеров на специализированных платформах. Кажется удивительным, что в этой области, целиком посвященной украшению, континуум эстетических суждений усечен ровно наполовину — на ту самую половину, которая касается критики. Возможно, дело в том, что мастера выставляют на всеобщее обозрение только лучшие свои работы, однако и в этом случае можно было бы ожидать естественных вариаций восприятия, опосредованных предпочтениями. Однако в этом сообществе (как, впрочем, и в становящемся в постсоветских обществах поле искусства) негативное эстетическое суждение находится под строжайшим запретом: невозможно сказать мастеру, что сделанная им вещь некрасива, поскольку это не только выражает разницу в художественном вкусе, но отрицает ценность ручного труда самого по себе и независимость этой ценности от качества итогового продукта. Взаимное признание агентами необходимо для сложения нормативного ядра поля символического производства [17], которое в области хэндмейда пока не оформилось. Впрочем, американский проект Handmade Nation, представляющий собой цикл интервью с мастерами со всех концов США, по итогам которых вышли тесно связанные по смыслу одноименные фильм и книга, можно считать попыткой такого оформления, как и NeoCraft — канадскую конференцию с участием мастеров и ученых, посвященную осмыслению перспектив хэндмейда.

Со стороны интернет-сообществ мастеров самым близким к критике методом воздействия являются подбадривающие советы с подробным указанием способов улучшения качества изготавливаемой вещи. Тому же посвящается множество мастер-классов — основного способа презентации мастерами своих достижений в освоении какой-либо техники. Форумы, сайты и блоги по этой тематике представляют собой, с одной стороны, площадки по обмену опытом между мастерами, с другой — способ найти покупателей («Ярмарка мастеров», Targ и проч.). Экономическая рациональность подсказывает, что нет никакого смысла добровольно и бесплатно делиться уникальным опытом — однако именно постоянный обмен

готовыми изделиями, отдельными их элементами и (самое важное) идеями и знаниями цементирует хэндмейд-сообщество. Мастера стремятся не просто «себя показать», но и осуществляют первые робкие попытки притязать на символическую власть, получение авторитета в формирующемся поле. При этом безопасность статуса делящегося опытом мастера (невозможность подделки его произведений) обеспечивается тем, что труд-участие, как считается, нельзя воспроизвести доподлинно — ведь самые незначительные вариации (вроде отпечатков пальцев автора на изделии из полимерной глины или смены какой-либо детали в отделке открытки) сообщают произведению его уникальность. В самом крайнем случае неповторимость произведения можно объяснить уникальностью личности автора.

Хэндмейд в этом приближается к искусству и религии, когда прикосновение облеченного символической властью создает божественное благословение или шедевр. Парадокс состоит в том, что продукты хэндмейда по аккуратности, точности и качеству своего исполнения редко отличаются в лучшую сторону от современных «машинных» — тем большая радость, когда мастеру удастся освоить какую-либо технику в таком совершенстве, что его произведения походят на продукты промышленного производства. Очевидно, мастера стремятся достичь того уровня навыка, который позволит их продукту, имея символическую ценность «сделанного вручную», не оскорблять взгляд зрителя, привыкшего к лоску и точности автоматизированной отделки. Здесь хэндмейд оказывается весьма близко к эстетической программе гиперреализма<sup>4</sup> — они оба являются итогом уязвленного соревнования человека с машиной.

Как видно, во множестве социальных и ценностных аспектов хэндмейд повторяет путь, пройденный искусством. В сущности, можно считать хэндмейд очередной буферной зоной (каковой является дизайн) между «высоким искусством» элиты и «массовой культурой», которая в такой теоретической рамке всегда нацелена на перенимание культурных практик элиты. В свое время искусство возвысилось за счет принижения ремесленного труда; теперь же ремесло возвращает утраченные позиции, выступая в форме хэндмейда, технически значительно упрощенной. Утверждая ценность ручного труда самого по себе, хэндмейд фактически претендует на вытеснение искусства с рынка символических товаров. Нельзя назвать этот процесс совершенно новым, например, теоретик «миров искусства» Г. Беккер так описывает связь ремесла и искусства: «Человек, который выполняет работу, придающую продукту его уникальный и экспрессивный характер, называется художником, а сам продукт — искусством. Другие люди, чьи навыки вносят вклад скорее в поддержание [жизнедеятельности], называются ремесленниками. Работа, которую они выполняют, называется ремеслом. Одинаковые действия, использование одних и тех же материалов и навыков, казалось бы, одинаковыми способами может именоваться любым из двух названий, как и участвующие в этом люди. Истории разных форм искусства включают типичные эпизоды, в которых то, что обычно понималось практиками и публикой как ремесло, переопределялось как искусство или, наоборот — искусство переопределялось как ремесло» [18, с. 863]. Таким образом, хэндмейд является массовым вариантом искусства для тех, кто не

---

<sup>4</sup> Гиперреализм — течение в современном изобразительном искусстве, ставящее своей целью как можно более точное воспроизведение действительности. Гиперреалистические работы можно принять за фотографии.

обладает большим объемом капиталов и художественным вкусом, необходимым для потребления «высокого» искусства. Хэндмейд претендует на место искусства, однако оно *уже* оставлено искусством — появление цифровых способов работы с музыкой, изображениями и даже пространственными объектами знаменует возрождение ценности собственно художественной техники автора, о чем свидетельствует, в частности, упомянутая мода на гиперреализм, а хэндмейд в его массовой форме, как было показано выше, далек от технической сложности. Сам процесс этого смещения акцентов, постепенной смены доктрин внутри поля и постоянного переопределения центра и периферии в его взаимосвязи с другими полями представляет интерес для социолога именно как пример «внутривидовой конкуренции» в эволюции общества.

Подводя итоги, отметим, что хэндмейд, безусловно, представляет собой интереснейший феномен нашего времени, исследование которого способно выявить многие скрытые процессы социокультурных изменений. Хэндмейд как культурная практика связан с комплексом процессов глобализации культуры и возрождения отдельных образцов в рамках локальных культур, столкновение которых в рамках новых средств массовой коммуникации реорганизует их и позволяет им обрести новую системность. Виртуализация социальных связей и отношений, абсолютный характер промышленного производства приводят к дефицитности ручного труда, позволяют переопределить непосредственное личное участие мастера в создании как самодовлеющую ценность, что является попыткой реконституировать (суб-)поля символического производства культуры. Попытка теоретического осмысления хэндмейда в рамках социологического знания, представленная в этой статье, надеемся, инициирует интерес к дальнейшему изучению упомянутого феномена и ему подобных.

## Литература

1. Молевич Е. Ф. Труд как объект и предмет исследований общей социологии // Социологические исследования. 2001. № 7. С. 38–41.
2. Плотникова А. М. Становление терминологии современного рукоделия // Вестник Челябинского государственного университета. 2013. № 31 (322). С. 154–156.
3. Erlhoff M. Arts & Crafts // Design Dictionary. Basel: Birkhauser Architecture, 2008. P. 30–32.
4. Веблен Т. Теория праздного класса. М.: Мысль, 1984. 367 с.
5. Jakob D. Crafting your way out of the recession? New craft entrepreneurs and the global economic downturn // Cambridge journal of regions, economy and society. 2013. N 6 (1). P. 127–140.
6. Охолина И. Е. Хэндмейд как одна из составляющих мегаконцепта «Досуг» // Вестник ТГПУ. 2014. № 10 (151). С. 178–183.
7. Inspiring Reform: Boston's Arts and Crafts Movement. New York: Harry N. Abrams, Inc., 1997. 247 p.
8. May C. Craftivism in Canada: Exploring Identity Through Politically Charged Textiles. Master's thesis. Montreal: Concordia University, 2012. 46 p.
9. NeoCraft: modernity and the crafts / ed. by Alfoldy S. Halifax, NS: The Press of the Nova Scotia College of Art and Design, 2007. 273 p.
10. Вербина О. В. Пространственные границы дома: приватное и публичное // Наука. Искусство. Культура. 2015. № 2 (6). С. 220–224.
11. Андрианова О. Р., Хамитова Л. А. Истоки развития рынка hand-made изделий // Глобализация научных процессов: сб. статей Междунар. науч.-практ. конф. (23 июня 2016 г., г. Киров). В 2 ч. Уфа: Омега сайнс, 2016. Ч. 2. С. 126–127.
12. Shiner L. «Blurred Boundaries»? Rethinking the Concept of Craft and its Relation to Art and Design // Philosophy Compass. 2012. N 7 (4). P. 230–244.

13. Латур Б. Где недостающая масса? Социология одной двери // Социология вещей: сб. статей / под ред. В. Вахштайна. М.: Издательский дом «Территория будущего», 2006. С. 199–222. (Серия «Университетская библиотека Александра Погорельского».)
14. Луков В. А. Народная культура и цивилизационная культура // Знание. Понимание. Умение. 2010. № 2. С. 268–271.
15. Гройс Б. Что такое современное искусство // Митин журнал. 1997. № 54. С. 253–276.
16. Калашникова А. А. Мифология рынка искусства: художник как бренд // Вестник Московского университета. Серия 18: «Социология и политология». 2015. № 2 (апрель–июнь). С. 250–262.
17. Бурдье П. Социальное пространство: поля и практики / пер. с фр.; отв. ред. Н. А. Шматко. М.: Институт экспериментальной социологии; СПб.: Алетей, 2005. 576 с.
18. Becker H. S. Arts and crafts // American Journal of Sociology. 1978. N 1 (January). P. 862–889.

**Для цитирования:** Калашникова А. А. Хэндмейд как автономизирующееся поле символического производства // Вестник СПбГУ. Серия 12. Социология. 2016. Вып. 3. С. 60–70.  
DOI: 10.21638/11701/spbu12.2016.305

## References

1. Molevich E. F. Trud kak ob'ekt i predmet issledovaniia obshchei sotsiologii [The Labour as the Object and Subject of the General Sociology Research]. *Sotsiologicheskie issledovaniia* [Sociological research], 2001, no. 7, pp. 38–41. (In Russian)
2. Plotnikova A. M. Stanovlenie terminologii sovremennogo rukodeliia [The Formation of the Contemporary Craft Terminology]. *Vestnik Cheliabinskogo gosudarstvennogo universiteta* [Cheliabinsk State University Bulletin], 2013, issue 31 (322), pp. 154–156. (In Russian)
3. Erhoff M. Arts & Crafts. *Design Dictionary*. Basel, Birkhauser Architecture Publ., 2008, pp. 30–32.
4. Veblen T. *Teoriia prazdnogo klassa* [The Theory of Idle Class]. Moscow, Mysl Publ., 1984. 367 p. (In Russian)
5. Jakob D. Crafting your way out of the recession? New craft entrepreneurs and the global economic downturn. *Cambridge journal of regions, economy and society*, 2013, no. 6 (1), pp. 127–140.
6. Okholina I. E. Khendmeid kak odna iz sostavliaiushchikh megakontsepta «Dosug» [Handmade as One of the Elements of «Leisure» Megaconcept]. *Vestnik TGPU* [Tomsk State Pedagogic University Bulletin], 2014, issue 10 (151), pp. 178–183. (In Russian)
7. *Inspiring Reform: Boston's Arts and Crafts Movement*. New York, Harry N. Abrams, Inc., 1997. 247 p.
8. May C. *Craftivism in Canada: Exploring Identity Through Politically Charged Textiles*. Master's thesis. Montreal, Concordia University Press, 2012. 46 p.
9. *NeoCraft: modernity and the crafts*. Ed. by Alföldy S. Halifax, NS, The Press of the Nova Scotia College of Art and Design, 2007. 273 p.
10. Verbina O. V. Prostranstvennye granitsy doma: privatnoe i publichnoe [Home's Spatial Margins: the Private and the Public]. *Nauka. Iskustvo. Kul'tura* [Science. Art. Culture], 2015, issue 2 (6), pp. 220–224. (In Russian)
11. Andrianova O. R., Khamitova L. A. Istoki razvitiia rynka hand-made izdelii [Sources of the Hand-made Products Market Development]. *Globalizatsiia nauchnykh protsessov: sb. statei Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii (23 iunია 2016 g., g. Kirov). V 2 ch.* [The Scientific processes Globalization: the Digest of the International Scientific-Practical conference (23<sup>rd</sup> of June, 2016, Kirov)]. In 2 parts]. Ufa, Omega sajns, 2016, part 2, pp. 126–127. (In Russian)
12. Shiner L. “Blurred Boundaries”? Rethinking the Concept of Craft and its Relation to Art and Design. *Philosophy Compass*, 2012, no. 7 (4), pp. 230–244.
13. Latur B. Gde nedostaiushchaia massa? Sotsiologiia odnoi dveri [Where is the Missing Mass? The sociology of a Door]. *Sotsiologiia veshchei: sb. statei* [The Sociology of Things. The digest]. Ed. by V. Vakhshtaina. Moscow: “Territoria budushego” Publ. House, 2006 (The “Alexander Pogorelskii University Library” Series), pp. 199–222. (In Russian).
14. Lukov V. A. Narodnaia kul'tura i tsivilizatsionnaia kul'tura [The Folk Culture and the Civilization Culture]. *Znanie. Poniimanie. Umenie* [Knowledge. Understanding. Skill], 2010, issue 2, pp. 268–271. (In Russian).
15. Grois B. Chto takoe sovremennoe iskusstvo [What is Contemporary Art]. *Mitin journal*, 1997, issue 54, pp. 253–276. (In Russian)
16. Kalashnikova A. A. Mifologiia rynka iskusstva: khudozhnik kak brend [The Mythology of the Art Market: the Artist as Brand]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Serii 18: «Sotsiologiia i politologiia»* [Moscow State University Bulletin. Series 18 “Sociology and Politology”], 2015, no. 2 (April–June), pp. 250–262. (In Russian).

17. Burdè P. Sotsial'noe prostranstvo: polia i praktiki [The Social Space: Fields and Practices]. Trans. from French; ed. by N. A. Shmatko. Moscow, Institut eksperimentalnoy sotsiologii Publ.; St. Petersburg, Aleteia Publ., 2005. 576 p. (In Russian).

18. Becker H. S. Arts and crafts. *American Journal of Sociology*, 1978, no. 1 (January), pp. 862–889.

**For citation:** Kalashnikova A. A. Hand-made as the autonomizing field of symbolic production. *Vestnik SPbSU. Series 12. Sociology*, 2016, issue 3, pp. 60–70. DOI: 10.21638/11701/spbu12.2016.305

Статья поступила в редакцию 15 июня 2016 г.;  
рекомендована в печать 1 июля 2016 г.

Контактная информация:

*Калашникова Алина Александровна* — кандидат социологических наук;  
kalashnikova@karazin.ua

*Kalashnikova Alina A.* — PhD; kalashnikova@karazin.ua