

Вольф Дарья Владимировна

аспирант кафедры теории и истории культуры  
Гуманитарного института телевидения  
и радиовещания имени М.А. Литовчина

Volf Darya Vladimirovna

PhD student, Theory and History of  
Culture Department,  
Humanities Institute of Television  
and Radio Broadcasting

## ЭВОЛЮЦИЯ DIY-ПРАКТИК В СЕРЕДИНЕ XX – НАЧАЛЕ XXI ВВ.

## THE EVOLUTION OF DIY PRACTICES IN THE MIDDLE OF THE XX – EARLY XXI CENTURIES

### Аннотация:

Статья посвящена культурологическому осмыслению эволюции социокультурных практик DIY, которые являются значимым феноменом мировой культуры конца XX – начала XXI вв. В XX в. актуализировались различные виды DIY-практик, которые условно можно разделить на материальные (изготовление предметов) и медийные (создание образов). Автор приходит к выводу, что эволюция социокультурных практик DIY протекала от доминирования экономической необходимости в середине XX в. к преобладанию мотивов творческой самореализации и развития независимой и социально значимой личности в начале XXI в.

### Ключевые слова:

принцип DIY, сделай сам, do it yourself, практики сделай сам, DIY-практики, handmade, фотолюбительство, кинолюбительство, селфи, хардкор-панк, медийный DIY.

### Summary:

The article considers the stages of the DIY socio-cultural practices development from the middle of XX until the early XXI centuries. The DIY-practices became relevant in the middle of the XX century; they can be divided into material practices (production of objects) and media practices (production of images). The author concludes that the DIY socio-cultural practices evolved from the domination of economic motives in the middle of the XX century to the predominance of creative self-actualization and identity enhancement at the early XXI century.

### Keywords:

DIY principle, do it yourself, DIY practices, handmade, amateur photographers, amateur videographers, selfie, hardcore punk, media DIY.

Феномен DIY (от англ. Do It Yourself – «сделай это сам») впервые возник в 1940–1950-е гг. в экономике США, стран Западной и Восточной Европы, а также в СССР в период послевоенного восстановления, когда резко уменьшились объемы промышленного производства товаров народного потребления и платежеспособность населения, что привело к всплеску популярности работы по дому, самостоятельного ремонта своего жилища и личных вещей.

Аббревиатура DIY вошла в обиход (стандартный английский язык) к 1950-м гг. [1], хотя, по некоторым данным, термин «do-it-yourself» употреблялся по отношению к покупателям по крайней мере с 1912 г. в сфере ремонта и техобслуживания в домашних условиях [2].

В современном словаре Merriam-Webster дано следующее определение «do-it-yourself»: «Деятельность по изготовлению или созданию чего-либо (обработка древесины или ремонт дома) без профессиональной подготовки и без помощи профессионалов; шире: деятельность, в которой некто делает что-то сам или по своей собственной инициативе» [3]. На наш взгляд, DIY может быть определен как самостоятельная деятельность *любителя или непрофессионала* в тех сферах, в которых существуют соответствующие *профессиональные* практики.

Одним из первых на социокультурное содержание феномена DIY обратил внимание американский философ и футуролог Э. Тоффлер в своей работе «Третья волна» (1980). Для Тоффлера феномен «сделай сам» связан с появлением новых технологий (телеграфы, самообслуживание на бензоколонках, автоматические банкоматы), которые вносят изменения в повседневную жизнь людей. Он писал о «экстернализации стоимости труда», когда потребитель в ряде операций заменяет производителя и становится «производителем для себя» («prosumer») [4, с. 436–437]. Слово «prosumer» образовано путем слияния слов «producer» (производитель) и «consumer» («потребитель») и означает пользователя, который активно участвует в разработке и производстве товара, с тем чтобы придать товару желаемые индивидуальные характеристики.

У производителя для себя есть два основных способа достижения уникальности: 1) благодаря демонстрации чего-то нового и созданию вещей ручной работы, 2) через личностные акценты, которые придаются за счет персонализации обычных продуктов путем индивидуального дизайна [5, р. 50–66]. В первом случае человек все делает сам от начала и до конца (назовем это DIY полного цикла), во втором – видоизменяет купленные предметы.

Исследователи М. Вольф (Marco Wolf) и Ш. Маккуити (Shaun McQuitty) в качестве причин распространения DIY кроме первоначальной экономической целесообразности выделяют личностный рост (identity enhancement), который включает повышение социального статуса через повышение компетентности (empowerment), отождествление себя с мастером или группой энтузиастов, подчеркивание своей индивидуальности [6, p. 154–170].

Культура DIY действительно переросла первоначальную экономическую обусловленность и приобрела более широкое значение, включив в себя диапазон самых различных практик, а со временем стала особым стилем жизни, направленным на преодоление отчуждения в обществе потребления [7]. Так, принцип DIY стал основой новой молодежной субкультуры хардкор-панк, сформировавшейся в 1980-е гг. как протест против коммерциализации панк-музыки [8]. Хардкор-панк отличается формированием открытых креативных сообществ, члены которых проходят совместную социализацию, участвуют в одних и тех же мероприятиях, обмениваются мнениями, занимаются совместной творческой деятельностью в разных сферах: от выпуска самиздатовских панк-журналов, оформления музыкальных дисков до самой музыки или социального активизма. В субкультуре хардкор-панка имеется дистро (англ. distro) – собственная андеграундная система распространения различной DIY-продукции в сообществе: аудио- и видеозаписей групп, печатных изданий и атрибутики. Кроме того, издание всех релизов на независимых рекорд-лейблах производится за счет самих музыкантов и распространяется по довольно низким ценам. Организацией самих концертов в хардкор-парке занимаются непосредственно музыканты панк- / хардкор-групп и наиболее активные участники сообщества за собственные деньги, из принципа взимая предельно низкую плату за вход. Представители хардкор-панка манифестируют своеобразный способ социально-политического сопротивления системе: музыканты сами держат творческий процесс под контролем, не испытывая влияния со стороны коммерческих структур; они могут говорить, сочинять и петь абсолютно обо всем, что их волнует. Хардкор-панк стал самым идеологичным направлением в культуре DIY, и его принципы по-прежнему используют многие музыкальные сообщества.

Во всем мире феномен DIY интегрировался в культуру в самых различных сферах. Ярким примером современного выражения культуры DIY в Европе и США является отрасль DIY&Household, представленная строительными и мебельными магазинами формата DIY, такими как IKEA, Leroy Merlin, Castorama, OBI и т. д. Покупателю предлагается широкий выбор строительного инструмента для ремонта и строительства и «конструкторов» для самостоятельной сборки мебели и создания интерьера из готовых деталей. В определенном смысле такие практики представляют собой бриколаж (от фр. bricolage), то есть создание нового предмета из подручных элементов природной или социокультурной среды.

Своеобразное развитие практики DIY XX в. получили в СССР, где товарный дефицит долгое время способствовал самостоятельному изготовлению одежды и мебели, ремонту электроприборов и автомобилей и т. д. Именно в СССР была распространена культура DIY «полного цикла», в отличие от бриколажа, который доминировал на Западе. Если у западного человека, как правило, имелся какой-то набор деталей и инструкция для самостоятельной сборки, придуманные и просчитанные кем-то другим, то советский человек готов был найти необработанные доски, отшлифовать, придумать конструкцию и сам воплотить свою задумку в жизнь. Так, многие мужчины в СССР были «мастерами на все руки», то есть могли выполнять широкий диапазон «мужской» работы по дому, а большинство женщин занимались рукоделием. Характерным признаком «DIY-щика» в СССР была выраженная техническая и креативная автономность.

Социолог Ронан Кастелье из французской компании OpinionWay отмечает, что потребность что-то создавать, собирать, строить своими руками объясняется первичной связью с материальным миром вещей: «Неосознанное стремление к самостоятельному творчеству становится спасительной ценностью в современное кризисное время» [9]. Люди ищут какие-то новые способы, решения, стили потребления и при этом хотят быть активными творческими участниками (актерами) социокультурных процессов.

Современные общества в развитых странах уже не испытывают дефицита в товарах и услугах, отличаются высоким уровнем развития технологий и достаточно высоким уровнем жизни, особенно в городах. Однако в постиндустриальную эпоху дегуманизация коснулась не только физического, но и умственного, интеллектуального труда. Реакцией на сопутствующее отчуждение человека от предмета его труда стал возврат от производства «для других» к производству «для себя».

DIY в XXI в. – это в первую очередь способ преодоления отчуждения, способ борьбы с обществом потребления и потребительской идеологией. В любительских практиках человек сам участвует во всех этапах изготовления материального или медийного продукта – сам изготавливает, сам пользуется или распространяет. Сегодня ценной считается вещь, изготовленная в единственном экземпляре или небольшим тиражом, вещь, которая является неповторимой и

уникальной, поскольку она сделана вручную. И неровный крой игрушки, сшитой или связанной вручную, теперь больше не является признаком брака, а, наоборот, приобретает символическую ценность предмета традиционной культуры [10], дарящего причастность к личностному началу нефабричной вещи, тактильное ощущение «человеческого тепла». Изготовление вещей своими руками теперь не связывается напрямую с бедностью, а все чаще становится способом самореализации. В XXI в. это не только строительство, рукоделие, сборка и ремонт технических устройств, в том числе компьютерный моддинг, фотография или любительский театр, но и самостоятельное создание сайтов, блоггинг, подкастинг и т. д.

Действительно, медийная DIY-культура – любительская фотография, любительское кино / видео, «компьютерное» и «цифровое» творчество – стала популярным направлением практик «сделай сам». Исторически началом визуальной медийной культуры стало искусство фотографии: развитие технологии и массовое производство фототехники послужили импульсом для появления многочисленных фотолюбителей. В отличие от профессиональных фотографов, приоритетом любителя стала не задача, поставленная заказчиком, а собственные творческие поиски сюжетов и кадров. На протяжении почти всего XX в. фотоаппаратура была достаточно сложна в эксплуатации, требовала особой сборки и настройки, а изготовление одного кадра было длительным процессом, включающим экспонирование, проявление и фиксирование. Как следствие, фотографирование требовало от любителя серьезной квалификации.

Съемка любительского кино, так же как и фотографирование, была непростым процессом, который предполагал овладение специальными навыками и знаниями и составлял много этапов (операторское искусство, монтаж, озвучение и т. д.). В СССР многие кинолюбители были членами специальных кружков и любительских киностудий, а сами любительские кинофильмы выполняли культурно-просветительские, общественно-политические и научные задачи. Кинолюбители активно использовали такие сюжеты, как Первомайская демонстрация, вручение лучшему цеху переходящего красного знамени, районная партийная конференция, жизнь и труд рабочих, фильмы о жизни и повадках животных и т. д. С появлением первых кассетных видеокамер образуется новый жанр видео, отличающийся от полнометражного фильма, – короткометражный видеоролик. И практически сразу любительская видеосъемка стала массовым хобби. Снимали не только значимые события, что традиционно для визуальной культуры (свадьбы, праздники, семейные уик-энды), но также и просто интересные, забавные и нелепые случаи из жизни. Популярная передача «Сам себе режиссер», которая появилась на российском телевидении в 1992 г., демонстрировала многочисленные любительские видео.

В связи с появлением высокотехнологичных фотоаппаратов и цифровых видеокамер с заранее заданными параметрами и развитием технологий сетевого Интернета любительские фотографии и видеоролики стали способны не только «отражать» обыденную реальность, но и формировать новую – виртуальную. Примерами виртуального пространства, созданного любителями, служат видеоблоггерство (электронный дневник, в котором автор общается с аудиторией не в привычной текстовой форме, а с помощью видеообращений), самостоятельное создание сайтов, подкастинг (теле-, радиовещание в Сети), блоггинг, создание компьютерных инди-игр («независимые компьютерные игры») и т. д. Одним из новейших фотографических жанров стал жанр «селфи», или фотографический автопортрет, сделанный с помощью цифрового устройства с камерой и опубликованный в социальных сетях в Интернете. При изготовлении селфи человек творчески преобразует уже не материальную среду, а виртуальную – конструирует медиареальность и самостоятельно создает свой медийный образ. Селфи – один из способов современного выражения культуры DIY, который реализуется как изготовление медиаобразов своими руками (в данном случае – образов себя).

Подводя итог, отметим, что социокультурные практики DIY – значимый феномен мировой культуры конца XX – начала XXI вв., который возник в экономике западных стран в середине 1950-х гг. Вплоть до конца 1980-х гг. DIY-поведение определялось в первую очередь экономическими факторами (товарным дефицитом и низкой платежеспособностью населения), в последующем на первый план вышли мотивы, связанные с творческой самореализацией и развитием независимой и социально значимой личности. В конце XX – начале XXI вв. DIY включает в себя практики создания как материальных, так и виртуальных культурных продуктов. Актуальность практик «материального DIY» в конце XX – начале XXI вв. связана с дегуманизацией и деперсонализацией, вызванной отчуждением человека от предметов его труда и от его собственного творческого начала вследствие стандартизации массовой культуры, автоматизированных технологий производства и виртуализации реальности.

#### **Ссылки:**

1. McKellar S., Sparke P. Interior Design and Identity. Manchester [UK] ; New York, 2004.

2. Gelber S.M. Do-It-Yourself: Construction, Repairing and Maintaining Domestic Masculinity // *American Quarterly*. 1997. Vol. 49. № 1. P. 66–112.
3. Do-it-yourself [Электронный ресурс] // Merriam-Webster Online: Dictionary and Thesaurus. URL: <http://www.merriam-webster.com/dictionary/do-it-yourself> (дата обращения: 21.01.2015).
4. Тоффлер Э. Третья волна. М., 1999.
5. Tian K., Bearden W.O., Hunter G.L. Consumers' Need for uniqueness: scale development and validation // *Journal of Consumer Research*. 2001. № 28 (1). P. 50–66.
6. Wolf M., McQuitty S. Understanding the do-it-yourself consumer: DIY motivations and outcomes // *AMS Review*. 2011. № 1 (3–4). P. 154–170.
7. McKay G. DIY culture: Notes towards an intro // *DIY cultures: Party and Protest in Nineties Britain* / ed. by G. McKay. London, 1998.
8. О'Хара К. Философия панка: больше чем шум. М., 2003.
9. Belhadi S. Le «do-it-yourself» (DIY): simple phénomène ou nouvelle manière de consommer? [Электронный ресурс]. 2014. 24 марта. URL: <http://www.france5.fr/emissions/la-quotidienne/a-la-une/le-do-it-yourself-diy-simple-phenomene-ou-nouvelle-maniere-de-consommer> (дата обращения: 21.01.2015).
10. Николаева Е.В. Неотрадиционализм в культуре повседневности: Российская версия конца XX века : автореф. дис. ... канд. культурологии. М., 2004.

### References:

1. McKellar, S & Sparke, P 2004, *Interior Design and Identity*, Manchester [UK]; New York.
2. Gelber, SM 1997, 'Do-It-Yourself: Construction, Repairing and Maintaining Domestic Masculinity', *American Quarterly*, vol. 49, no. 1, p. 66-112.
3. 'Do-it-yourself' 2015, *Merriam-Webster Online: Dictionary and Thesaurus*, retrieved 21 January 2015, <<http://www.merriam-webster.com/dictionary/do-it-yourself>>.
4. Toffler, E 1999, *Third Wave*, Moscow.
5. Tian, K, Bearden, WO & Hunter, GL 2001, 'Consumers' Need for uniqueness: scale development and validation', *Journal of Consumer Research*, no. 28 (1), p. 50-66.
6. Wolf, M & McQuitty, S 2011, 'Understanding the do-it-yourself consumer: DIY motivations and outcomes', *AMS Review*, no. 1 (3-4), p. 154-170.
7. McKay, G 1998, 'DIY culture: Notes towards an intro', *DIY cultures: Party and Protest in Nineties Britain*, London.
8. O'Hara, K 2003, *Punk philosophy: more than noise*, Moscow.
9. Belhadi, S 2014, *Le «do-it-yourself» (DIY): simple phénomène ou nouvelle manière de consommer?*, March 24, retrieved 21 January 2015, <<http://www.france5.fr/emissions/la-quotidienne/a-la-une/le-do-it-yourself-diy-simple-phenomene-ou-nouvelle-maniere-de-consommer>>.
10. Nikolaeva, EV 2004, *Neotraditionalism in every-day culture: the Russian version of the 20th century*, PhD thesis abstract, Moscow.