



Особой популярностью у гостей фестиваля пользуются мастер-классы, на которых можно своими руками создать поделку на память. Кстати, пройдут они в эту субботу

## #ФАКТУРНЫЙ ФЕСТИВАЛЬ

### Как проходят ярмарки для мастеров

Фестивали-ярмарки на Урале пользуются большой популярностью. Оно и неудивительно, подобные ярмарки – отличная возможность для мастеров показать свои труды и подзаработать, а для покупателей – приобрести авторские вещи и немного развлечься. «СверхНовая Эра» решила пообщаться с одним из основателей арт-фестиваля «Фактура» Дмитрием Огневым. Он рассказал нам, как создаются подобные праздники, кто из дизайнеров достигает на них успеха и как Дмитрий сам относится к хендмейду.



Ю. АРХИВА Д. ОГНЕВА

Дмитрий признаётся, что не может выделить никого из участников фестиваля, «Фактура» кажется ему цельным живым существом. Он мечтает о том, чтобы ярмарка стала незаменимой площадкой для общения между людьми, увлечёнными своим делом

– «Фактуру» вы проводите уже второй год. Как решили создать свою ярмарку?

– В начале мы сами были по ту сторону стенов, то есть в качестве мастеров участвовали во всевозможных ярмарках и ярмарках (у нас есть свой проект, связанный с чаем). Какие-то моменты на подобных встречах нам были по нраву, какие-то – нет, поэтому постепенно в голове сложилось видение своего фестиваля. Захотелось сделать что-то по-настоящему яркое и тёплое вместе с талантливыми людьми.

– Сейчас количество фестивалей, подобных вашему, растёт. Как думаете, в чём секрет их успеха?

– Многие подобные мероприятия проводятся один раз и затухают. О них не стоит и говорить. Если стремиться добиться успеха, нужна регулярность, внимание к происходящим реалиям. Есть другие фестивали, например, музыкальные, спортивные, на которых есть зоны ярмарок. Handmade-фестивали – это нишевый сегмент, их можно пересчитать, загнув пальцы одной руки. Секрет успеха проведения таких фестивалей – в грамотном позиционировании марки, постоянном информировании аудитории и регулярном качественном проведении праздников. Да, идея фестиваля «Фактура» не нова, но эта история не об излившей моде, лоске и вычурности. Наша главная цель – собрать интересующихся творчеством людей. «Фактура» – это о ярких персонажах.

– А с какими сложностями пришлось столкнуться? Как вообще проводятся такие праздники?

– Предпочитаю называть это задачами, а не сложностями. В организации множество этапов: мониторинг мероприятий, выявление их сильных сторон, анализ и

выбор площадок, установление партнёрства, реклама. Многие из этих вещей для нас были в новинку, но благодаря большому желанию мы смогли решить задачи. Наша команда старается показывать разные грани творчества. Мы часто экспериментируем с развлекательной программой. Например, я очень люблю музыку, поэтому без неё прошлые встречи не обошлись. В основном на маркете выступали друзья-музыканты. Помимо этого у нас были показы мод, выступления поэтов и танцевальный коллектив, шоу мыльных пузырей, театральные зарисовки.

– Обычно на фестивалях большой ассортимент товаров. У каких мастеров лучше покупают изделия, по вашим наблюдениям?

– У нас есть заведующая – мастера, которые предлагают авторские украшения, мед. Вообще, об успешности автора стоит судить не только по продукту. Здесь немаловажную роль играет и упаковка товара, которую продавец разрабатывает самостоятельно, выкладывает его на прилавок. Всё индивидуально.

– Существуют ли какие-нибудь критерии, по которым вы выбираете участников «Фактуры», экспертов лектория, преподавателей мастер-классов?

– Мы смотрим на то, насколько мастера увлечены своим занятием – это, кстати, заметно по поведению в сети. Преподавателей мастер-классов выбираем из тех, кто знает своё дело, у них за плечами должно быть множество проведённых занятий, они должны иметь довольных учеников. Что касается лектория, то здесь мы отдаём предпочтение уверенным в себе спикерам, интересным, с насыщенной жизнью. Мы стараемся создать изюминку на каждой встрече. Например, мы решили, что на следующем маркете будут выступать только мужчины.

– Через вас прошло немало дизайнеров. Какими качествами должен обладать мастер, на ваш взгляд, чтобы стать популярным?

– Прежде всего он должен любить то, на что тратит самую важную вещь в жизни – время. Кроме того, этот человек должен иметь развитое чувство пре-



«Фактура» второй год проходит на площадке Ельцин Центра. Несмотря на небольшой срок существования, фестивалю удаётся собрать несколько сотен дизайнеров со всей России, причём его участниками становятся как начинающие авторы, так и известные персонажи. На ярмарке можно встретить даже представителей семейных мастерских. На прилавках можно найти украшения, одежду, натуральную косметику и многое другое

красного и тонко воспринимать окружающий мир.

– А как начинающему ремесленнику начать продвигать свой бренд?

– На ранних этапах хороши любые бесплатные средства продвижения. Начиная от рекомендаций знакомых, заканчивая группами в социальных сетях. Не бойтесь показать свои изделия миру и выйти за границы мастерской.

– Сами-то покупаете вещи ручной работы?

– В моём домашнем обиходе есть такие предметы – например, я люблю пить чай из большой глиняной кружки. Согревающий напиток и теплом, вложенным в мастером в это изделие. Людям быстро приедаются однотипность, а вещь, сделанная вручную, является в большинстве случаев единственной в своём роде. Многие любят эксклюзивные вещи, особенно если мастер, их выполнивший, имеет свой красивый почерк.

Индира ГАБАСОВА, 19 лет, факультет журналистики УрФУ

## #0 СТЕКЛЕ, ХЕНДМЕЙД-БИЗНЕСЕ И КАЧЕСТВЕ

### «СверхНовая» пообщалась с мастером фьюзинга

Сегодня, в век технического прогресса, ручной труд постепенно уходит на дальний план, людей заменяют машины, прилавки заполнили вещи, изготовленные на массовом производстве. Но сложно спорить с тем, что предметы, сделанные человеком, кажутся более живыми. Поэтому хендмейд востребован, хоть и в узких кругах. Мы поговорили с Юлией Крутевой, владелицей и идейным вдохновителем магазина-галереи и мастером по фьюзингу. Она рассказала «СверхНовой» о своей работе, объяснила, как создаются изделия из стекла и почему люди зачастую не могут оценить по достоинству ручные вещи.

– Вы работаете в технике фьюзинг. Она сложная?

– Чтобы ответить на этот вопрос, нужно разобраться для начала, что такое стекло. Есть две большие составляющие стеклышной отрасли. Первая – получение стекла как продукта. Это сложный процесс, включающий в себя обработку материала при очень высоких температурах (от полутора до двух тысяч градусов), для получения цветных стёкол – сложную химию. На выходе стекло приобретает форму гранул, песка, листов, родосов (палочек) и многие другие. Вторая составляющая – вторичная обработка, сюда и входит изготовление художественных изделий. Её можно разделить на несколько направлений: горячая обработка – литьё, выдувание. Эти процессы также происходят при температуре около полутора тысяч градусов. Фьюзинг, которым я занимаюсь, и моллирование (изгибание стекла) требуют нагревания материала до температур в диапазоне от 600 до 1000 градусов. Во время фьюзинга происходит процесс спекания нескольких слоёв песка. Принято считать, что это не сложная технология, если сравнивать со стеклудувным ремеслом – это справедливо. Но для того чтобы заниматься фьюзингом, необходимо знать материал, понимать процессы работы. Ещё существует холодная обработка, в неё входит создание витражей, гравировка, полировка, травление.

– О, кажется, это действительно просто. А с какими сложностями вы столкнулись, когда начали заниматься фьюзингом?

– Не могу сказать, что сейчас стало легче, чем было вначале. Самая большая сложность – отсутствие информа-



Мастер признаётся, что ей комфортнее в роли идейного вдохновителя, чем начальника

ции о фьюзинге и профессионального обучения ему. Поэтому большинство мастеров у нас работают на уровне подделочек. Кроме того, всё стекло и все инструменты приходят в Россию из-за рубежа, у нас ничего не производится, соответственно, мы вынуждены работать не с тем, с чем хотелось бы, а с тем, что везли в страну. И наконец, в России очень сложное законодательство в области продаж. Мало того, что ты должен изготовить изделие, организовав для этого мастерскую, – чтобы его продать, нужно уладить ещё множество формальностей. То есть сама продажа в нашей законодательной системе – отдельный процесс, в котором также надо разбираться. А быть мастером и быть продавцом – очень разные вещи.

– Ваши изделия очень разнообразны. Необычные цвета, формы... Где черпаете идеи для своих работ?

– Везде. Может картинка интересная попасться, встретится интересное сочетание цветов в одежде у человека... Недавно, например, проходила вечером около банка, было темно, там у них перед входом begonия растёт и фонарики в темноте очень красиво подсвечиваются. Из этого родилась работа.

– Свои произведения вы выставляете в собственном магазине. Также с вами сотрудничают и другие ремесленники. Как вам удалось создать свой бизнес?

– Началось всё стихийно: открылись, расширили ассортимент, проводи-



Юлия рассказывает, что никогда не думала, что будет заниматься фьюзингом. Она случайно попала на мастер-класс и после этого увлеклась созданием поделок из стекла

ли встречи, лекции, мастер-классы, всякие другие проекты. Потом поняли, что товара вроде бы и много, а результат продаж так себе. Сократили ассортимент, и уже с учётом накопленного опыта начали развивать проект. Поскольку магазин небольшой, можно быть гибким, пробовать разные идеи. Но сейчас, конечно, у нас уже есть внятный бизнес-план, конкретные цели и статистика, которая помогает нам делать правильные прогнозы.

– А сколько мастеров сейчас работает с магазином?

– Их не так много, всего человек двадцать – тридцать. Очень мало мастеров, демонстрирующих высокий уровень работ. Мы всё-таки позиционируем себя как галерея декоративно-прикладного искусства, а не лавочка поделок. Кстати, мы сотрудничаем не только с отдельными мастерами. С небольшими производствами тоже, например, «Златоустовской гравировкой», там тоже используется ручной труд.

– В последнее время появилось множество мастеров, создающих свои продукты, ручные работы стали популярны. Почему так происходит? В чём магия хендмейда?

– Не соглашусь. Так называемые ручные, или авторские работы не ценятся, люди не готовы за них платить. Большинство ближе известные марки. Покупая их продукцию, человек не должен разбираться, плохие это вещи или хорошие, адекватная ли на них цена, думать, как от-

реагируют на обновку друзья и знакомые. Да, большинство промышленных вещей реально качественнее. И ассортимент их огромен. Сейчас открыт весь мир, можно найти столько всего интересного. Работы ручного производства очень часто недооценивают по качеству. И если произведения всё-таки должного уровня, они будут стоить гораздо дороже, чем промышленные. Люди пока не готовы платить неизвестным мастерам, какими бы крутыми их работы не были. Те, у кого есть деньги, чаще всего самовыражаются за счёт брендовых вещей, те, у кого их нет, идут в сегмент самого дешёвого хендмейда. Получается, что хорошие мастера остаются без внимания.

– Посоветуйте, как молодому мастеру начать зарабатывать на своих изделиях.

– Для этого необходимо относиться к своему занятию как к серьёзной работе. В первую очередь нужно стать профессионалом, таким, чтоб не стыдно было предлагать свои работы людям за деньги. Вторых, нужно очень хорошо научиться считать. Большинство мастеров еле-еле сводят концы с концами, и всё потому, что не могут нормально определить себестоимость своих изделий. В-третьих, нужно иметь на что жить. Потому что зарабатывать получится не на первый, не на второй и даже не на пятый год. Ну и наконец, нужно очень любить своё дело.

Полина САПОЖНИКОВА, 16 лет, Екатеринбург, гимназия №13, 10-й класс

## Топ-4 блогов уральских рукодельниц

### Разглядываем букеты и картины маслом

Instagram уже давно перестал быть просто социальной сетью, это отличный источник вдохновения, особенно для тех, кто хочет заняться творчеством. «СверхНовая Эра» составила для вас список блогов мастериц, мимо работ которых нельзя пройти мимо.

@lar\_ladill

Свой блог *Маргарита Сорогина* создала недавно, но тем не менее у её творчества уже есть свои поклонники. В детстве Рита ходила в школу искусств, там она и научилась работать с бисером, лентами, нитями. Популярность блога началась с того, что будущий дизайнер решила сделать футболку мечты для себя самой. Выложив свою работу в Интернет, девушка стала получать сообщения с вопросами, где можно такую футболку купить. Маргарита говорит, что вышивка для неё – это прежде всего хобби, она любит заниматься ею по выходным, рукоделье даёт вдохновение на неделю вперёд.

@brusnikflowers

Карьера флориста для *Полины Брусничной* началась с того, что ей пришлось

оставить работу маркетолога. Но никто даже не мог представить, во что это увлечение в итоге выльется. Муж убедил Полину попробовать заняться составлением букетов, он как будто знал, что это её предназначение. Сначала девушка отправилась на стажировку в один из цветочных магазинов, а затем набралась смелости и решила продавать свои букеты самостоятельно в сети. Она признаётся, что секрет её успеха – это отличные снимки, блогер выкладывает в Instagram только профессиональные фотографии. У каждого букета, сделанного Полиной, – своя история, флорист говорит, что все их пропускает через себя. А ещё девушка ведёт рубрику под тегом #brusnikinfo, в которой рассказывает о мире цветов. Онлайн-жизнь Полины живёт уже 4 года, поэтому сейчас она мечтает «выйти в люди» и открыть реальный цветочный магазин.

@mary4egeranova

В этом профиле вы найдёте очень красивые уютные фотографии. Автор блога *Мария Черепанова* вяжет всё, что может быть связанным: свитера, шапки, носки и даже одежду для кукол. Она начала заниматься этим во время декрета. В своём блоге девушка запустила оригинальный хэштег #вяжутнетьолькобабушки. Моделями Марии выступают её дочери, неудивительно, что каждая вещь на них прямо-таки излучает любовь, тепло и домашний уют. Идеально для осени.

@juliiikula

*Юлия Кулакова* настоящий мульти-специалист: зубной техник, фотограф и просто человек с золотыми руками. Она каждый день стремится создавать что-нибудь новенькое, а результатами делится с подписчиками. Нам особенно понравились картины, которые Юлия рисует маслом. Девушка призналась, что на собственное творчество вдохновили произведения других художников,

ей всегда нравились крупные, размашистые работы, которые выглядели так, будто мастер совсем не жалел краски. Юлия начала с маленьких картин, с каждым разом увеличивая размер полотен. Художница отмечает, что над большими произведениями работать приходится дольше, но ей это нравится. Кроме того, что Юлия ведёт свой блог, она ещё дарит картины знакомым и проводит конкурсы в сети. Девушка признаётся: «Приятно осознавать, что моя работа висит у кого-то дома, приносит позитивные впечатления, а не пылится у меня в шкафу». Художница отмечает, что создание таких «объёмных» картин расстраивает и настраивает мысли на позитивный лад. Сейчас Юлия занимается строительством собственного дома, поэтому рисует меньше (кстати, до у Юлии тоже получается отличный, фотоотчёт о строительстве блога также выкладывает на свою страничку).

Анастасия ПАЗДНИКОВА, 18 лет, факультет журналистики УрФУ