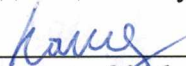


Министерство образования и науки Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Философский факультет
Кафедра социологии

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ В ГЭК
Руководитель ООП,
зав. кафедрой социологии,
канд. социол. наук, доцент

 В. В. Кашпур
«18» июня 2016 г.

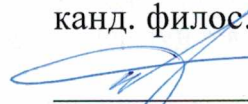
БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

**HANDMADE ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ОДНО ИЗ НАПРАВЛЕНИЙ
ЭКОНОМИКИ ОЩУЩЕНИЙ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ**

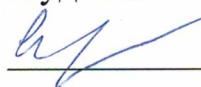
по основной образовательной программе подготовки бакалавров
направление подготовки
39.03.01 (040100) – Социология

Егорова Ирина Евгеньевна

Руководитель
канд. филос. наук, доцент

 Р. А. Быков
«17» июня 2016 г.

Автор работы
студентка 4 курса группы 1223

 И. Е. Егорова

Томск – 2016

Министерство образования и науки Российской Федерации

НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Философский факультет
Кафедра социологии

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ В ГЭК

Руководитель ООП
зав. кафедрой социологии,
канд. социол. наук, доцент

 В. В. Кашпур
«18» июня 2016 г.

ЗАДАНИЕ

по подготовке бакалаврской работы
студентке Егоровой Ирине Евгеньевне группы № **1223**

1. Тема бакалаврской работы: Handmade деятельность как одно из направлений экономики ощущений в современном обществе

2. Срок сдачи ВКР: а) на кафедре 10 июня 2016 г.; б) в ГЭК 20 июня 2016 г.

3. **Исходные данные к работе.** Цель работы: выявить причины распространения handmade деятельности и ее функции в современном обществе **Задачи:** 1. выявить специфику современного общества; 2. рассмотреть понятия «общество ощущений» и «экономика ощущений»; 3. выявить причины появления handmade деятельности; 4. определить функции handmade сферы в современном обществе; 5. выявить последствия популяризации деятельности handmade для человека и общества в целом. **Объект:** handmade деятельность как сфера жизнедеятельности людей. **Предмет:** функции, которые выполняет handmade деятельность в современном обществе. **Методологическая и теоретическая основа исследования:** Работа строилась на основании принципов феноменологического конструктивизма, который утверждает, что индивиды активно участвуют в формировании воспринимаемой ими реальности. Также автор работы опирается на труды Герхарда Шульце, Жана Бодрийяра, Жиль Липовецки, описывающих как специфику современного общества, так и на концепцию экономики ощущений. **Методы:** полуструктурированное интервью с представителями handmade сферы – людьми, изготавливающими товары ручного труда г. Томска

4. **Краткое содержание работы:** В первой главе раскрываются основные особенности современного общества и понятия «общество ощущений» и «экономики впечатлений». Во второй выявлены причины популяризации handmade сферы в нашем обществе, ее функции и последствия влияния для самого общества и индивида. В третьей описаны особенности сферы handmade на основе исследования мнения людей, занимающихся ручным трудом г. Томска.

5. Дата выдачи задания «03» мая 2016 г.

Руководитель бакалаврской работы
канд. филос. наук, доцент

 Р.А. Быков

Задание принял к исполнению 03.05.2016 г.



АННОТАЦИЯ

Данная работа посвящена проблеме актуализации ручного труда в современном обществе как одно из направлений экономики ощущений. Она состоит из трех глав. В первой главе раскрываются основные особенности современного общества и понятия «общество ощущений» и «экономики впечатлений». Во второй выявлены причины популяризации handmade сферы в нашем обществе, ее функции и последствия влияния для самого общества и индивида. В третьей описаны особенности сферы handmade на основе исследования мнения людей, занимающихся ручным трудом г. Томска.

На основании проведенного исследования и анализа различных источников были получены выводы о популяризации товаров ручного труда в современном обществе.

В работе сделана попытка выявления функций handmade и последствий его влияния на общества и индивида, а также были разработаны объяснительные типы потребительского поведения и мотивации мастеров для занятия handmade деятельностью.

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	5
1 Тенденции развития постиндустриального общества	9
1.1 Специфика современного постиндустриального общества	9
1.2 Концепты: «общество ощущений» и «экономика ощущений»	15
2 Handmade деятельность в современном обществе	20
2.1 Причины популяризации handmade деятельности	20
2.2 Функции handmade деятельности	22
2.3 Последствия популяризации деятельности handmade для человека и общества	24
3 Особенности деятельности handmade на основе анализа интервью	
с людьми, занимающимися handmade деятельностью	26
3.1 Соотношение определений «handmade» и «ручной труд»	26
3.2 Мотивация потребителей handmade товаров	30
3.3 Восприятие уникальности в товарах ручного труда	33
3.4 Причины увеличения количества ремесленников в Томске в сравнении	
с другими городами и за рубежом	35
3.5 Значимость handmade деятельности для мастеров	39
Заключение	43
Список литературы	47
Приложение А Программа исследования	50
Приложение Б Бланк интервью	52
Приложение В Список информантов	54
Приложение Г Интервью	55

ВВЕДЕНИЕ

XX век – был веком новых открытий, переломных моментов, всемирно значимых событий, а также веком новых социально-экономических и культурных феноменов. Именно в XX веке, во второй его половине, после окончания Второй мировой войны происходит стабилизация производства и его переход на массовое производство товаров широкого потребления, а также построение модели социального государства на Западе, в которой государство (исходя из политики кейнсианства) включено в систему перераспределения ресурсов. В рамках социального государства формируется средний класс, и непосредственно в интересах среднего класса и действует социальное государство.

Проводится политика фордистско-кейнсианская, благодаря которой развивается промышленная индустрия, разрастаются предприятия, возникает необходимость во всё большем количестве работников, что решает проблему занятости населения. Производится конвейерная стандартизированная продукция, собственно, стремление к стандартизации было одним из ключевых для того периода. За счет этого снижается потребительская стоимость товара, увеличивается его доступность приобретения и, благодаря попутной увеличивающейся зарплате рабочим, становится возможной совершение покупки.

Все это стимулировало развитие экономики и для поддержания такой ситуации государство вмешивалось в экономику, имея целью обеспечение высокого потребительского спроса. Как следствие этой политики была развита мощная потребительская культура, которая и послужила началом для развития общества потребления.

Актуальность работы обусловлена тем, что на современном этапе вопрос об обществе потребления является открытым, существует ли оно сейчас? Или мы перешли к обществу переживаний? В котором продают не товар, а эмоции? Что больше характеризует постиндустриальную эпоху с присущими ей инновациями и креативностью. Можно ли говорить, что одна форма общества сменила другую или произошла просто некая модификация, которая не стерла предыдущие принципы потребления, а изменила свое направление?

Так или иначе сама идея общества переживаний отличается от общества потребления тем, что потребитель ищет и покупает «эмоциональное удовлетворение», а не только функцию приобретаемого товара.

Знаменуется появление нового вида экономики – экономики ощущений, переход ее на новый уровень потребительских желаний, рост нестандартизированных товаров, приобретает популярность сфера handmade, товары ручного труда, занятость в этой деятельности, которая отражает основные принципы экономики ощущений и удовлетворяет потребностям желанием.

Возможно идею трансформации общества потребления в общество переживаний может подтвердить рост популярности товаров ручного производства handmade – товаров. Особенностью таких товаров является то, что они выполняются ручным трудом, производятся либо в малых экземплярах, либо являются единственными в своем роде. Бум на handmade – товары обусловлен желанием потребителей взаимодействовать, общаться с производителем, а также стремлением сократить цепочку приобретения товара, т.е. приобретать товар напрямую у производителя, без посредников.

Handmade – деятельность может быть развлечением, как выходом из повседневной рутины, а может быть профессиональной деятельностью, в которой человек не простой обыватель, а мастер своего дела. В последнем случае произведенные товары имеют сбыт на рынок, спрос и продажи.

Также на данный момент распространена такая форма «потребления» handmade деятельности как мастер-классы, на которых участники приобщаются к творчеству, обучаются какому-либо виду рукоделия, возможно для дальнейшего использования полученных знаний в открытии своего дела.

Проблемная ситуация: С одной стороны, современное общество имеет стабильное промышленное производство, большой ассортимент товаров, а также отсутствие дефицита. «Конвейерная» продукция может иметь невысокую стоимость и легкодоступность. При этом на рынке потребления наблюдается рост продукции, изготовленной ручным трудом, handmade – товаров, рост людей, занимающихся ручным трудом, а также повышается спрос на такую продукцию со стороны потребителей. Такие изделия зачастую стоят дороже заводской продукции, более трудоемок процесс их приобретения (изделия на заказ нужно ожидать в течение, примерно, нескольких недель) и распространения.

В связи с этим возникает проблема исследования. Каковы причины, побуждающие людей заниматься изготовлением handmade – товаров? Какие функции выполняет handmade деятельность как для самих мастеров, так и для тех, кто потребляет продукцию, изготовленную ручным трудом?

Цель исследования: выявить причины распространения handmade деятельности и ее функции в современном обществе.

Объект исследования: handmade деятельность как сфера жизнедеятельности людей.

Предмет исследования: функции, которые выполняет handmade деятельность в современном обществе.

Задачи:

1. выявить специфику современного общества;
2. рассмотреть понятия «общество ощущений» и «экономика ощущений»;

3. выявить причины появления handmade деятельности;
4. определить функции handmade сферы в современном обществе;
5. выявить последствия популяризации деятельности handmade для человека и общества в целом.

Гипотезы:

1. рост спроса со стороны потребителей на изделия ручного труда обусловлен поиском уникальности;
2. потребление товаров ручного труда связано с желанием потребителей противостоять культуре одноразового потребления;
3. определения «ручной труд» и «handmade» воспринимаются мастерами как синонимы.

Новизна данной работы заключается в выявлении причин появления спроса на handmade продукцию, ее особенностей, также поиск причин роста количества самих ремесленников и влияние, оказываемое handmade на общество и людей. При изучении handmade сферы используется его рассмотрение через призму современных социокультурных трансформаций.

Практическая значимость работы состоит в том, что представленная информация может быть полезна для дальнейшего изучения как современного этапа общества для его более детальной и точной характеристики, так и возникшей относительно недавно экономики ощущений, а также индустрии ручного труда, его развитости и значимости творчества в современном обществе. Полученные нами выводы в ходе работы могут быть полезны, к примеру, структурам, работающим с подрастающим поколением, молодежью, с целью задействовать их в позитивной творческой деятельности, пробудить интерес к занятиям ручными видами труда. Также эти данные могут быть задействованы в целях реабилитации индивида через занятия handmade деятельностью.

Теоретико-методологические основания: работа строилась на основании принципов феноменологического конструктивизма, который утверждает, что индивиды активно участвуют в формировании воспринимаемой ими реальности. В исследовании сделана попытка на основании данной идеи выявить субъективные интерпретации и оценки своей деятельности handmade, которые сами активно участвуют в формировании знаний о важности и уникальности производимых товаров в процессе построения жизненного пространства, в котором последствия их деятельности, как и мотивирующие факторы становятся объективными. Также автор работы опирается на труды Герхарда Шульце, Жана Бодрийера, Жиль Липовецки, описывающих как специфику современного общества, так и на концепцию экономики ощущений. **Метод:** в теоретической части — документальный, в прикладной

опросный, вид — полуструктурированное интервью с представителями handmade сферы — людьми, изготавливающими товары ручного труда г. Томска.

Структура квалификационной работы определяется целью и задачами исследования. Работа состоит из введения, в котором отражены задачи, цель, предмет, объект, проблема, новизна и практическая значимость; трех глав: в первой главе рассматриваются специфика современного общества, конструкции «общества ощущения» и «экономики впечатлений», во второй — функции и последствия популяризации деятельности handmade, третья — об особенностях handmade деятельности. А также заключения, где сформулированы основные выводы по исследуемой теме, списка использованной литературы и приложений.

1 Тенденции развития постиндустриального общества

1.1 Специфика современного постиндустриального общества

Изменения, происходящие на данный момент в обществе, во многом так радикально поменявшийся образ жизни населения, трансформация жизненных условий, переоценка ценностей, возникшие, незнакомые прежде, феномены и явления, а также все новые движения явственно показывают нам приход нового этапа развития общества или, возможно, его видоизменения.

Сегодня ведутся споры не только о том, новый ли это этап, кардинально различающийся, либо только видоизмененный, без четких границ различия с предыдущим, а также в каких временных рамках можно датировать его происхождение, и, безусловно, какое же название можно ему дать с тем, чтобы оно характеризовало в наиболее полной мере современный этап развития общества.

Таким образом новая стадия общественного развития носит множество названий.

Одно из самых известных и употребляемых терминов – это *«постиндустриальное общество»* по Д. Белл, где общество характеризуется ориентированностью экономики в первую очередь на сферу услуг, а профессиональные и технические работники занимают передовую позицию за счет возрастания ценности теоретического знания, помимо *«постиндустриального»* также есть термин *«информационное общество»*, подчеркивающий важность владения информацией, другой вариант – это *«постцивилизация»* по К. Боулдингу, в нем прослеживается противопоставление цивилизации. *«Технотронное общество»* – общество электроники и коммуникации. *«Мировая деревня»* по Маклюэну также делает упор на развитие коммуникаций и *«супериндустриальное общество»* по Э. Тоффлеру – акцент на развитие технологий [34. С. 31].

Недостаточность описанных понятий по мнению некоторых исследователей заключается в их упрощенном описании общества. К примеру, в упрек данным теориям ставится то, что они не отображают эмоциональный аспект жизни общества, культуры и экономики. Что в свою очередь породило еще два названия для данного этапа развития общества – это *«Общество эмоций»* либо *«общество переживаний/ ощущений/ впечатлений»* по Г. Шульце [33. С. 4] и *«общество театра»* по Ги Дебору. Данные понятия схожи между собой тем, что включают в свою основу эмоции и уделяют эмоциональной составляющей одну из важных ролей, но они не являются идентичными друг другу, т.к. их отличие заключается в том, что в *«обществе переживаний»* человек для достижения счастья ищет средства в самом себе, в то время как в *«обществе спектакля»* человек стремится к неким внешним идеалам и ориентирам [34. С. 17].

Необходимо рассматривать современное общество с той стадии, которая еще проявлена, но возможно претерпевает трансформации. Поэтому, будет уместно рассмотреть сначала общество потребления и затем сравнить с новой концепцией общества ощущений.

Общество потребления сформировалось в фордистско-кейнсианскую эпоху, благодаря ее особенностям. Эту эру можно охарактеризовать как эру сбалансированности производства и потребления, участия государства в экономике, выход общества на новый уровень жизни после Второй мировой войны. Свое название это время берет от *системы Генри Форда и политики кейнсианства*. Генри Форд вывел производство на массовый выпуск товаров по доступной цене, стимулирующей массовое потребление, ввел относительно высокую заработную плату, на которую можно было приобрести также и товары. А Джон Кейнс, экономист, разработал стратегию кейнсианства – включения государства в экономику, ее регулировку через воздействие на совокупный спрос, увеличение денежной массы и стимуляции инвестиционной деятельности [35. С. 87].

Для периода фордистско-кейнсианской системы характерно массовое производство, это была норма того времени. Производство стремилось выполнять стандартизированные продукцию и сам производственный процесс, что обеспечивало высокий объем выпускаемой продукции, поточные конвейерные линии, типичность получаемых на выходе товаров, их одинаковость, отсутствие разнообразия, возможности выбора.

Массовое производство могли позволить крупные, хорошо развитые предприятия, на которых должен существовать слаженный цех или целая система, с кадровыми работниками, численностью, измеряемой в несколько тысяч. Соответственно такой разросшийся слой промышленных работников, «синие воротнички», был доминирующей группой.

Массовое производство существовало по запросам общества, для удовлетворения потребительских нужд всех слоев населения, в том числе и самого рабочего класса, что было осуществимо благодаря полной занятости населения, поднятию уровня зарплат рабочим, уменьшению потребительской стоимости товара и появлению возможности взять продукцию в рассрочку либо в кредит. У населения, в том числе и у рабочего класса появилась возможность доступа к товарам, которых раньше либо не было, либо на них была ограничена партия выпуска (парфюмерия, одежда, автомобили, бытовая техника и т.п.). Ситуация отсутствия доступа для большей доли населения к потребительским товарам перестала быть реальностью.

Таким образом массовое потребление стало основой для постоянного и стабильного массового производства. И в этой системе существовал баланс между этими двумя составляющими, стимулирующими неуклонный рост потребления, и соответственно

занятость населения. Подстегивая потребительскую активность подспудно стали развиваться сферы маркетинга и дизайна изделий и участие государства в делах экономики [35. С. 88-90].

Эра фордизма претерпела упадок, т.к. не смогла справиться с новыми требованиями времени: необходимо было проявить гибкость, но огромные мануфактуры не отличаются подобным качеством, они не смогли выстоять постоянные перемены в обществе. Стандартизированные вещи перестали пользоваться высоким спросом на рынке, на место них потребитель стал искать необычные вещи, «особенные», которые позволили бы подчеркнуть его как индивидуальность, интересную личность, которые бы смогли отражать его стиль жизни. Потому что именно в этот период происходит увеличение количества вариантов образов жизни, фрагментация идентичности, утрата стабильности.

В обществе меняются ориентиры с массового производства на производство товаров высокой значимости, ценности. Теперь важен не столько материал, из которого изготавливают изделие, сколько его дизайн [35. С. 106-113].

Таким образом постепенно формируется переход к новому типу общества, происходит некая трансформация общества потребления. Выше мы уже обсуждали разнообразие терминов, описывающих современный этап, сейчас предлагаем рассмотреть некоторые из этих новых концепций.

Несмотря на то, что приведенные выше термины и концепции нуждаются в уточнении, а некоторые из них являются слишком общими, они все равно в той или иной мере отражают современное общество. В данной работе мы возьмем одни из самых распространенных в современном дискурсе в плане употреблений понятия – это «современное общество» и «постиндустриальное». Для удобства они будут использованы нами как синонимы.

Для того, чтобы понять феномен handmade нам необходимо обратиться к работам авторов, описывающих специфику современного общества и экономики ощущений, в которой действуют сами люди, занимающиеся изготовлением товаров ручным трудом, так и соответственно потребители handmade – товаров.

Современное общество, описываемое как постиндустриальное общество, анализируется в трудах таких исследователей, как Д. Белл, Ж-Ф. Лиотар, Ж. Бодрийяр, Ж. Делёз, Ж. Липовецки, также состояние общества на данный момент описывают Ю. Хабермас и Э. Гидденс, считающие, что сейчас мы можем наблюдать в полной мере последствия проявления именно модерна.

Несмотря на различные названия данного этапа развития социальные теоретики сходятся в характеристике основных черт этого общества, значимыми из которых являются: направленность большей части экономики на предоставление услуг, а не на производство, возрастающая роль профессионального класса в обществе, а также знания [33. С. 6]. Также

современная картина мира не может описываться без учета изменений в области массовой информации, что повлияло и на экономическое развитие, и на социальное [22. С. 9].

Постиндустриальное общество в трудах теоретиков в первую очередь это общество, характеризующееся информационной революцией. Благодаря которой одной из важных черт является наличие развитой информационной сети. В плане занятости также наблюдается изменение: здесь можно отметить снижение занятых кадров в сфере производства и увеличение в сфере услуг и гуманитарных отраслей: большинство занятых кадров рынка труда работают не в промышленной сфере, а больше связаны с полем информации, с ее обменом, а также с наукой, ее развитием, культурой и технологией. Информационная революция способствовала мгновенной коммуникации и подъему транснациональных экономических корпораций, благодаря расширению информационных сетей [22].

Значимая роль уделяется культуре, специалисты различных отраслей делают упор на ее изучении и становлении, используя ее как еще неизученный ресурс. Культура в новом свете выступает фактором для решения экономических и социальных проблем, а также различных конфликтов. В этом ключе стала рассматриваться сфера досуга как одна из социальных подсистем [18].

Современное общество становится перегруженным медиа-информацией, которая имеет непосредственное влияние на самих индивидов, т.к. медиа насыщенность нашей среды увеличивает рост символов самой жизни. Параллельно с этим происходят такие масштабные явления, как глобализация мировых процессов, интеграция социо-экономической жизни, миграция населения. Как следствие увеличивается разнообразие образов жизни людей, что в свою очередь влечет за собой фрагментацию идентичности и разрушение стабильности. Увеличивается количество выбора, меняются роли и статусы. Происходит разрыв с прошлым [22].

Наблюдается раскрепощение личности, подтверждается стремление индивида к самоутверждению, самоопределение его в личной жизни. И одновременно с этим можно отметить однообразие поступков, хотя часто на это смотрят с позиции персонализации личности, выделение его особенностей. Массовое производство порождает огромный выбор, который усиливает желание быть самим собой. Стираются границы между поколениями и полами, некоторые формы девиации становятся приемлемыми, например, гомосексуализм. Возникают культ молодости и нарциссизм. На людей ложится большая ответственность, необходимость заботиться о себе. Возрастает в продаже количество наборов для сборки, «сделай сам», полуфабрикатов [23. С. 159-163].

Все перечисленные признаки не могли не отразиться на поведении и ритме жизни самого человека.

Интересным будет отметить, что чуть более позже исследователи стали выводить еще одну черту современного общества, а именно, обращать внимание на эмоциональный аспект жизни общества. Подобную тенденцию можно встретить в работах Арли Хохшильда, Герхарда Шульце и Элвина Тоффлера [33. С. 8]. Коммерциализация чувств становится одной из основных характеристик современного типа экономики. Потребление происходит не только на внешнем уровне, но и на внутреннем, выражаясь языком Г. Шульце, где внешний уровень определяет практические товары и услуги, а внутренний, в свою очередь, разного рода переживания [33. С. 9].

Рассматривая тему изменений общественной жизни в первую очередь невозможно не затронуть аспект темпа современной жизни, а именно его ускорения: всевозможные перемены, смены стандартов, чувство будто жизнь проносится мимо. Стоит оговориться, что все перемены относительны и проходят с разной скоростью, тем не менее современные ученые сходятся в одном – темп жизни ускоряется.

Необходимо заметить, что темп жизни воспринимается в каждом возрасте по-разному. Так, например, «два часа в жизни четырехлетней девочки может ощущаться как эквивалент 12 часов в жизни ее двадцатичетырехлетней матери. Попросить ребенка подождать два часа, пока будет готов пирог, все равно что попросить ее мать подождать 14 часов, пока сварится кофе» [34. С. 52-53]. Помимо этого, свой темп есть и у разных обществ, культур. Принято считать, что время на Востоке идет «медленней», к нему более спокойное отношение у жителей, чем на Западе.

Скорость протекания тех или иных процессов может коренным образом изменить их суть и само отношение к ним. Чем быстрее происходят с нами те или иные события, тем меньше возможности нам дается на осмысление происходящего, тем меньше ценности мы можем в это вложить. Здесь важна длительность. Каждый процесс и каждое явление имеет свою протяженность во времени. К примеру, если раньше люди общались посредством писем с помощью почты, и им приходилось ждать по несколько недель ответа, то сейчас благодаря развитию сети Интернет, мы можем получить ответ на свое «письмо» в течение нескольких секунд.

Тоже самое можно проследить и по отношению к предметам одежды или техники. Если раньше одежда могла эксплуатироваться годами, а некоторая из них и вовсе передавалась по наследству, то сейчас все больше сокращается срок пользования и все больше увеличивается уровень потребления. Предметам быта, того, что нас окружает не придается значение, эти вещи легкозаменяемые, а значит у них нет ценности. Темп времени имеет непосредственное влияние на жизнь людей и на их образ жизни.

Временность вещей. Отношения человека с вещами приобретают все более временный характер. На данный момент наблюдается рост количества произведенных вещей, а также рост их вариантности, возможности выбора. Отношения человека с вещами нельзя сводить исключительно к эксплуататорской грани, помимо функционала, вещь представляет для владельца еще некоторое психологическое воздействие. Именно в отношениях вещь-человек проявляются наши культурные ценности: чувство преемственности либо, наоборот, разрыва [34. С. 62].

Так, например, начавшаяся система проката вещей была подхвачена населением и сейчас распространяется от проката детских игрушек (спортивных стенок, горок), праздничной одежды (вечерние и свадебные платья), техники до автомобилей и квартир. Прокат вещей отчетливо показывает нам отсутствие привязанности к личным вещам, а также недолговременность их использования [38. С. 114].

Частота смены вещей, укорачивание срока эксплуатации, еще один из признаков ускорения темпа жизни. Вещи, окружающие нас, «стареют» все быстрее, они выходят из моды. Производитель укорачивает срок своего изделия, таким образом, имея возможность выпускать более «усовершенствованную» модель. Меняется отношение к собственности – вместо длительного пользования вещью, сейчас происходит краткосрочное пользование и быстротечная замена.

С появлением масс-маркета, тысячи идентичных продуктов, у покупателей пошла обратная реакция: вырос спрос на эксклюзивные товары, единичные, уникальные. Рост изобилия непосредственно трансформируется в рост ощущений, производства таких продуктов. Именно ощущения то, от чего нельзя так просто избавиться как от, например, самих товаров.

Такую характеристику товару может обеспечить способ его производства – ручной труд. «Вкладывание своей души». Современное общество предлагает не просто поток товаров, а нестандартизированных товаров.

На данный период времени можно с уверенностью заявить, что работа, выполненная ручным трудом, именуемая понятием, взятым с английского языка, handmade, имеет на рынке сбыта высокий уровень популярности. Потребители, пресыщенные легкодоступными и однообразными товарами, стали предъявлять к ним новый критерий – уникальность. Современность обвиняют в коммерциализации человеческих чувств, отсюда и такая востребованность к чему-либо нестандартному и креативному [33. С. 4].

1.2 Концепты: «общество ощущений» и «экономика ощущений»

Общество ощущений (англ. Experience society) – это концепция, которую рассматривал Герхард Шульце, она базируется на том, что в современном мире происходит трансформация личностных ценностей, изменение потребительских установок, перестройка логики социального поведения, упомянутое выше смещение ориентации с внешней на внутреннюю.

Герхард Шульце замечает, что смещается установка рациональности выбора человека. Идет упор на личностные переживания и ощущения, которые он получает в ходе своего опыта, в проживании своей жизни тем или иным образом. Трансформация рациональности происходит, как и на финансовом плане (так называемый «бум кредитов»), так и в процессе создания семьи или образования, также затронуло сферу туризма. Все происходящие изменения могут казаться всего лишь пресыщением, но это не совсем так. Безусловно, подобную концепцию стоит рассматривать только в развитых обществах, где базовый уровень потребностей уже удовлетворен [40].

Важным критерием являются типы установок – внешняя и внутренняя, таким образом Г. Шульце приписывает обществу переживаний внутреннюю установку человека, что в свою очередь производит ряд трудностей, связанных с интерпретацией деятельности этого индивида, т.к. на нигде ранее не встречалась, ни в каких других типах общества. Трудность возникает и у самого индивида. Зачастую человек не знает, чего хочет, а средства, для достижения желаемого, не всегда помогают добиться нужных результатов.

Общество ощущений концентрируется вокруг индивида и имеет ряд отличий от общества потребления. Во-первых, типом установки. В обществе потребления он внешний. Во-вторых, статусом индивида, а точнее его демонстрацией через потребление. Например, в обществе ощущений показ своего социального статуса уходит на второй план, здесь потребление не функциональных характеристик, а тех, что будут отражать его самого, происходит самоконструирование себя через потребление. Образ «Я» становится самоцелью [40].

Общество спектакля. Это выражение ввел в оборот французский мыслитель – Ги Дебор, который считал, что в повседневной жизни присутствует спектакль, т.к. все наши переживания имеют отстраненный характер, будто деля жизнь на сцену и зрителей. Спектакль – это общественные отношения между людьми. А наше общество зрительское и оно наблюдает за происходящим [13].

Также вводится такое понятие как «*цивилизация досуга*». Это концепция, разработанная Ж. Дюмазедье, в которой важную роль в постиндустриальном обществе отводится досугу, где досуг выступает в качестве возможности саморазвития и самореализации индивида. Помимо

этого, идет перераспределение времени рабочего и свободного, его реализация (досуга) как фактора идентичности. Отмечается постепенное увеличение времени, посвященному досугу, что вылилось в становление индустрии досуга как отрасли современной экономики [18. С. 13-17].

Однозначно утверждать к какому обществу мы относимся, какое оно сейчас, будет голословно, ввиду особенностей развития российской истории и жизни общества.

Безусловно, общественные изменения происходят и в сфере экономики (а, возможно, именно с нее и начинаются), и в таком ключе стоит говорить о том, что современная экономика использует потребительские желания ощущений, происходит некая коммерциализация эмоций и не только.

Экономика ощущений (англ. the experience economy) относительно новая концепция, которая только развивается на сегодняшний момент, не закончена как процесс и не имеет полного и четко сформированного понимания. Но это не значит, что изучение ее не имеет смысла, наоборот, ее влияние имеет большую роль и отражается на нашем потребительском поведении, это то, что происходит с нами здесь и сейчас.

Ощущения или впечатления относительно недавно (приблизительно во второй половине XX века) стали рассматриваться как отдельный немаловажный фактор в секторе потребления. Изначально их относили к сфере услуг, но тут важно понимать, что сфера услуг выполняет некие действия за Вас, т.е. потребитель приобретаем именно некий набор действий, в то время как переживания – это товар личностных чувств и эмоций, индивид приобретает время незабываемых впечатлений, которые для него подготовил изготовитель.

Впечатления носят личностную окраску, они влияют непосредственно на человека на его эмоциональные, духовные, интеллектуальные и физические уровни. Поэтому и одинаковой реакции на одно и то же явление у разных людей быть не может, все довольно субъективно [28. С. 2-5].

Зачастую экономику ощущений обвиняют в коммерциализации эмоций, но это не совсем так. Помимо коммерциализации эмоций, экономика ощущений – это еще и возможность реализации своих желаний через потребление вещей или проведения досуга, это возможность для формирования своего стиля и образа жизни. Процесс потребления на данный момент – это процесс творческий, конструирующий идентичность человека, помогающий преобразовать себя и понять себя [18. С. 17].

Экономика ощущений не могла не появиться в наше время, т.к. ее возникновение обусловлено такими событиями, как рост инноваций и увеличение возможностей человека, которые в частности выражаются в смене количественного на качественное потребление, это

провоцирует возникновение экономики ощущений, люди нуждаются в новых ощущениях. Двигателем экономики становится массовизация потребления, а также технический прогресс.

Аутентичность, потребность в ней, большая индивидуализация, возрастание гедонизма, поиск новых ощущений, потребность быть уникальным, обладать единичной вещью, отличаться от остальных окружающих людей – все это обеспечило переход экономики потребления к экономике ощущений.

Производители наряду с выпуском продукции параллельно «дарят» своему покупателю еще и ряд впечатлений, для усиления объема сбыта товара, и именно в этот момент и совершается переход к экономике ощущений. В свою очередь потребители, если раньше коллекционировали предметы, то теперь можно сказать собирают впечатления [28. С. 27-30].

Основа экономики ощущение естественно сами ощущения, переживания, эмоции, впечатления, получаемые в ходе приобретения товара или услуг. В таком случае уместно будет переживания либо ощущения условно разделить на 4 области – это: развлечение, образование, эскапизм и эстетизм.

1) Развлечение – это пассивное переживание, когда объект самого переживания владеет вниманием человека. Человек *чувствует*. Пример: шутки.

2) Образование – здесь переживания не просто воспринимаются, человек в них еще и принимает активное участие. Человек получает *обучение* при таком виде переживаний. Пример: всевозможные образовательные квесты, в которых участвует и интеллект, и тело.

3) Эскапизм (уход от реальности) – в эскапизме индивид активно участвует в своем переживании, уход с головой в него. Наблюдает погружение в среду своего впечатления. Здесь человек в ходе получения переживаний *делает*. Пример: киберпространство, виртуальный мир.

4) Эстетизм – пассивное участие одновременно с полным погружением человека. Человек *существует*. Пример: посещение картинной галереи, выставки [18. С. 69-74].

Совместив все 4 области впечатления, мы можем получить пространство ощущений, которое должным образом будет влиять и на потенциальных потребителей, именно в этом случае будет разворачиваться впечатление, после которого останутся незабываемые ощущения [28. С. 25].

В таком типе экономики речь идет не о потреблении базовых утилитарных товаров, а скорее о товарах, подчас сформированных искусственно, точнее сфабриковано желание ими обладать. Вещь начинает носить в себе некую символическую ценность, особенно если учитывать, что ее качественные характеристики спрятаны за рекламой, на передний план выходит ее взаимодействие с потребителем, то как она будет его характеризовать, какими свойствами обладать, что о нем «рассказывать». Поэтому существует ряд товаров и услуг,

принадлежащих тому или иному стилю жизни. Они подчеркивают престиж и статус человека.

Потребление таких товаров является знаковым, относящим потребителя к тому или иному классу или социальной группе. Именно через потребление таких товаров – знаков происходит социальная интеграция в общество. Происходит усвоение некоторых общих ценностей, которые и связывают членов социальной группы между собой, что еще больше усиливает их знаковость. Стоит оговориться, что здесь имеет место быть неоднозначность восприятия знака, каждый в него вкладывает свой смысл, поэтому не все можно выразить через знак.

Потребление товаров в экономике ощущений имеет двойственную природу: с одной стороны, потребитель приобретает товар и, даже если он знаковый, каждый вкладывает в него свой смысл, товар используют для того, чтобы отличаться, но с другой стороны потребление того или иного товара или услуги – это выражение солидарности с членами данного общества. Таким образом экономика ощущений позволяет индивиду быть уникальным как все остальные. И отличаться через знаковые товары и чувствовать принадлежность к общему.

Интересно отметить, что со временем и достатком человека приходит соответственно и потребность в том, кто будет производить эти желания в товары/услуги и их упорядочивать [18. С. 18-20].

В рамках экономики ощущений рациональность потребления уходит на второй план. Главную позицию занимает тот перечень переживаний, который «дарит» приобретаемый продукт либо услуга.

Французский мыслитель Жан Бодрийяр, описывая теорию потребления, говорил о том, что, потребляя вещи, они начинают быть знаками, и как следствие порождают некий символический дискурс. Потребление вещей – это манипулирование знаками, это и составляющая экономики, рынка, но в тоже время и неэкономическая демонстрация стиля жизни, особенно при избыточном потреблении, в рамках престижа [6].

Таким образом социально конструировать свою идентичность возможно через символическое потребление товаров. Недостаточно рассматривать продаваемые товары и услуги как исключительно функциональное потребление, через их утилитарное применение. Вещь является скрытым потенциалом для человека, она выражает личностное чувство прекрасного, также выполняет коммуникативную функцию, передавая смыслы в пространстве и времени.

В связи с этим понятным становится обоснование товаров группы люкс на рынке, также покупка товаров, наполненных различными технологическими возможностями, не используемыми в процессе владения вещью. Становится важен имидж компании или самого товара, то каким он делает своего обладателя, какими характеристиками его наполняет, а

точнее как он описывает своего потребителя как для него самого, так и для его окружения. Впечатления – это и способ продажи вполне традиционных продуктов. Впечатления становятся не просто побочным эффектом. Впечатления – это самостоятельный товар.

Учитывая такую неоднозначную природу потребления возникают и свои особенности для производителей. Т.к. их работа должна сводиться не только к производству функционала, но и отражать нематериальные социальные потребности, и способствовать построению символического, эмоционального поля, с учетом социально-психологических мотивов потребителей, их желаний и ценностей.

Используя фактор эмоций можно столкнуться с особенностью человеческой природы, ее неоднозначностью. Это проявляется в том, что одни и те же вещи или события могут вызывать разные реакции, которые будут обусловлены жизненным опытом потребителя, особенностями его психоэмоционального характера, данными личностными ситуациями или условиями, происходящими с ним сейчас, его вкусом, взглядом на вещи, его ценностями и приоритетами, его возрастом.

На современном этапе общество остро нуждается в творчестве и в культуре, как в средствах способных устранить дефицит желаний потенциальных потребителей экономики ощущений. С этой точки зрения экономика ощущений и творчество с культурой могут быть связаны друг с другом и влиять на взаимное развитие. Всем этим сферам, на фоне сокращения жизненного цикла товара и частой смены интересов потребителя, становится необходимым сотрудничать друг с другом [18. С. 20-23].

2 Handmade деятельность в современном обществе

2.1 Причины популяризации handmade деятельности

Опираясь на вышеизложенные положения становится очевидно, что всплеск интереса к handmade сфере, который мы наблюдаем на данный момент, возник не случайно. Современное общество нуждается в том, что может дать это направление, как тем, кто этим занимается, так и тем, кто потребляет товары ручного труда. Именно они – вещи, изготовленные ручным трудом - в контексте экономики ощущений, дарят своим владельцам ощущение уникальности, т.к. феномен handmade a priori несет в себе идею «неповторяемых» вещей.

Производитель продукции handmade – ремесленник своим способом изготовления, а также этикеткой с биркой «handmade» сигнализирует потребителю о том труде, который он вложил в процесс создания данной вещи, о качестве, таким образом подчеркивая, что этот товар заслуживает особого внимания. Некоторые авторы считают, что подобный сверхтруд – handmade сродни своеобразной жертве, современной, модернизированной, отдающейся на рассмотрение и «суд» современных потребителей [14. С. 240-248].

В контексте экономики ощущений и поиском эксклюзивности можно также отметить, что ограниченный тираж товара стимулирует потребительский спрос, провоцирует повышение цен на него, и соответственно потребление дефицитного товара, владение вещью, созданной в ограниченном количестве, уже является полноценным впечатлением. А товары, изготовленные ручным трудом, в основе своей выпускаются либо в малых тиражах, либо вообще в единичном варианте. Что возможно является повышением спроса на handmade – продукцию. Она в основе своей несет впечатления для ее потребителя от одного только факта обладание вещью, с такими характеристиками [28. С. 19-21].

На основании изученного нами материала и проведенного исследования мы можем выделить причины популяризации handmade деятельности в современном обществе:

1. стремление к уникализации;
2. потребность в общении;
3. попытка противостоять культуре одноразового потребления;
4. желание приобщиться к творчеству;
5. поиск идентичности.

Первая причина связана с желанием потребителя владеть чем-то особенным, отличным, уникальным, не таким как у всех. Например, в интервью мастера приводили слова их покупателей: «...Я хочу такое, чтобы больше ни у кого этого не было» (Интервью 2,

женщина, 27 лет), *«Они идут исключительно за каким-то индивидуальным заказом. Того, чего еще нет»* (Интервью 6, женщина, 23 года).

Вторая версия происходящего заключается в том, что потребители устали от обезличенного товара и ищут связи с производителем, с лицом товара, желая общения напрямую с ним: *«Тут идет еще и общение мастера с заказчиком, а люди сейчас очень ценят общение»* (Интервью 7, женщина, 44 года), *«... у товара видно лицо. Потому что мастер – это лицо товара. То, что продается в магазинах, это обезлично. А здесь есть лицо и ты можешь контактировать с самим изготовителем, спросить все интересующие вопросы: «Из чего? Как?»* (Интервью 6, женщина, 23 года).

Третья концепция зиждется на попытке потребителей и производителей ручной продукции противостоять культуре **одноразового потребления**, бессмысленности покупок, придания ценности приобретаемым товарам, с возможной передачей их по наследству, увеличить срок жизни товара. *«Сейчас в жизни мало вещей настоящих. А это дело одно из настоящих дел»* (Интервью 14, женщина, 41 год).

Четвертая основана на предположении о повышении общего уровня **культуры** в стране, уровня сознания населения и, как следствие, придание ценности handmade товарам, возрастание важности и значимости ручного труда, товаров и самих ремесленников. Возможны мотивы передачи потребляемого по наследству. *«Просто есть ощущение, что какой-то кропотливый тяжелый труд. И так как люди стали в этом немножко понимать, то, наверное, у них в головах что-то похожее возникает, что такое можно передавать по наследству»* (Интервью 5, женщина, 25 лет). Также наблюдается тенденция развития творчества, его уровня, популярности, соответственно возникает у потребителей желание «искупаться» в **творчестве**, прикоснуться к прекрасному, это прослеживается через потребление handmade товаров, посещение ярмарок и выставок, а также мастер-классов: *«Очень многие ходят на ярмарки не покупать, им не нужны идеи, потому что они ничего не делают, они просто ходят среди мастеров, потрогают все украшения, как прикоснуться к прекрасному»* (Интервью 7, женщина, 44 года).

Пятая – это возможность **«разобраться в себе через рукоделие»**, поиск своей идентичности, которую размыло в связи с увеличением выбора. Handmade деятельность воспринимается как механизм саморефлексии, процесс самоидентификации мастера усиливается в поиске деятельности, которая выражает именно самость человека. *«Практически любой ручной труд через какое-то время, если человек вкладывает в него, он его тоже изменяет в лучшую сторону»* (Интервью 3, женщина, 30 лет). *«Handmade дарит людям тепло, любовь и свою картину мира. Люди с помощью него ищут путь к самому себе и к окружающим»* (Интервью 14, женщина, 41 год).

2.2 Функции handmade деятельности

В современной социальной реальности под воздействием тех или иных процессов возникают или возрождаются тренды – течения, наиболее пользующиеся популярностью, легко подхваченные общественностью, с большим потоком последователей. Таким трендом в полной мере может считаться handmade.

Handmade деятельность выполняет такие функции как:

1. Индивидуализация и самоидентификации

Под индивидуализацией стоит понимать возможность быть самостоятельным, целым, выстраивать свою жизнь по собственному усмотрению. Но здесь есть свои «подводные камни»: современная жизнь базируется на основе социальных институтов, которые, с одной стороны, призваны обеспечить индивидуализацию всем и каждому, а с другой стороны, именно на них и завязана социальная жизнь, она зависима от них, подчинена требованиям и правилам социальных институтов.

Собственная жизнь проходит под институциональными предписаниями, она полностью зависит от институтов. Многочисленные предписания и виды контроля не ограничивают возможность распоряжения собственной жизни, они вынуждают индивида через эти правила заниматься самоорганизыванием своей личной жизни.

Занимаясь самооформлением жизни человек сталкивается с непосредственным риском уйти в атомизацию, т.е. изолироваться от остального общества и тем самым не иметь возможности в ресурсах помощи, которые есть в свою очередь в процессе индивидуализации [4].

Handmade деятельность выполняет процесс формирования человеком представлений о самом себе как о личности. Индивидуализация, желание выстроить свой стиль жизни, в том числе и через потребление определенного уровня товаров, подхватывается экономикой ощущений и в частности течением handmade.

2. Уникализация

Возникшая в современном дискурсе потребность быть уникальным, отличаться от всех остальных, предположительно вызвана, во-первых, естественной потребностью человека выделяться, а во-вторых, массовизацией однотипных товаров.

Исследователи отмечают, что уникализация имеет две противоположные и полярные стороны. Ее дуализм заключается в том, что индивид потребляет товары определенного сегмента, таким образом пытаясь быть уникальным – выделиться, но за счет потребления этого конкретного товара он подчеркивает свою солидарность с той группой, к которой принадлежит сама вещь.

Характеристика уникальности товара может быть приобретена через некоторые особенности его изготовления, например, в том случае если товар произведен ручным, а не механизированным трудом, можно с большей долей вероятности посчитать его уникальным.

Помимо этого, сам процесс создания труда – не машинный, а ручной – несет в себе множество подтекстов. Уникальность – ее мы уже затронули, индивидуальность – подгонку товара под конкретного данного человека, выполняя его на заказ. *«А сейчас есть возможность сделать то, что хочешь ты, и то, что будет только у тебя, и даже можно в единственном экземпляре»* (Интервью 5, женщина, 25 лет).

3. Облегчает поиск качественных вещей, т.к. handmade товары позиционируют себя именно таким образом:

«Момент качества. Ты можешь купить в той же Marmelato вещь, которая стоит 500 руб. и она у тебя порвется через три дня. Та же вещь, купленная у мастера, прослужит намного больше. Просто потому, что это не фабричное производство, а ручное, мы проверяем каждую ниточку, проверяем как все сделано. Плюс — это материалы – хорошие, качественные материалы» (Интервью 2, женщина, 27 лет).

Бесспорно, вещи, обработанные вручную от начала до конца, воспринимаются нами более качественными. Здесь становится интересным тот факт, что сегмент handmade более удачен в сравнении с мануфактурами, т.к. изготовление уникальных, ограниченных тиражом вещей экономически выгодно именно handmade, промышленное производство не настроено на постоянную смену потребительских желаний, тем более на выпуск лимитированных коллекций, ввиду дороговизны смены оборудования. Поэтому handmade может обернуться категорией VIP-товаров, если мастер изготавливает вещь с учетом персональных данных конкретного покупателя: его телосложения, роста, характера, типа внешности, стиля, взглядов на жизнь [14. С. 251-252].

4. Функция социализации – в ходе handmade деятельности индивид приобретает новые знания, навыки, способности, образовывается. *«Возможность развивать свои способности. Я никогда раньше не думала, что я смогу заниматься таким делом. С фантазией было плохо, рисовать не умела, сейчас все умею»* (Интервью 18, женщина, 46 лет).

5. Самовыражение – проявление своей индивидуальности в ходе деятельности handmade. *«Самовыражение. Возможность делать то, что ты хочешь, не зависеть от других»* (Интервью 2, женщина, 27 лет). *«Она дает возможность очень сильно раскрыться. Т.е. я могу делать то, что нравится мне»* (Интервью 1, женщина, 27 лет).

6. Мода на handmade – потребление handmade товаров позволяет индивиду следовать моде, быть «актуальным». *«Сейчас очень модно это почему-то. И сейчас модно носить бижутерию ручной работы»* (Интервью 5, женщина, 25 лет).

7. Компенсаторная функция депривации – handmade деятельность может создавать пространство, в котором человек «забывает о реальности». Таким образом, возможно распространение аддикции в среде. *«Я как человек с творческим образованием, с таким видением и с такой простой работой...мне требуется какой-то выплеск. Ищешь пути для творчества»* (Интервью 5, женщина, 25 лет)

8. Экзистенциальная – как известно у Альфреда Шюца человек ищет стабильность и не «одноразовой» жизни;

9. Рекреация – handmade деятельность позволяет отдохнуть человеку, расслабиться, решить свои проблемы. Handmade деятельность обеспечивает механизмы усиления рефлексии, относительно своей жизненной позиции и места в мире. *«Меня успокаивает ручной труд, я забываю про все проблемы и неприятности»* (Интервью 10, женщина, 29 лет), *«Это занятие что-то вроде медитации»* (Интервью 3, женщина, 30 лет)

10. Коммуникативная – осуществляет передачу смыслов, позволяет конструировать общее символическое пространство, преодолевает дефицит общения. *«А вот еще у меня есть девочка, у нее просто хобби – ходить на мастер-классы, говорит, что дома не может, ей нужно общение»* (Интервью 15, женщина, 30 лет)

2.3 Последствия популяризации деятельности handmade для человека и общества

Распространение феномена handmade в современном обществе, рост числа занятых в этой сфере, а также повышенный спрос на товары ручного труда не могут не давать последствий как для общества в целом, так и для отдельно взятого индивида.

Распространение handmade деятельности трансформировало занятие рукоделием в самозанятость, которая обеспечивает рабочее место или дополнительный доход для мастера. Становятся доступными более индивидуализированное потребление, возможность самостоятельно конструировать свой образ и стиль жизни, выделиться из толпы, благодаря уникальности этих товаров.

Handmade деятельность преодолевает дефицит общения, напрямую связывая производителя с покупателем, выстраивая общее для них символическое пространство, конструируя совместные ценности, переводя процесс потребления на другой уровень: во-первых, обеспечивая товар более детальной характеристикой, во-вторых, «пожизненной» гарантией, и, в-третьих, большей персонификацией.

Подъем уровня handmade отражается и в сферах культуры и творчества, образовывая тем самым членов общества, поднимая общую культуру, играя роль культурного наследия, удовлетворяя эстетическую потребность человека через выставки, предоставляет

дополнительный вид досуга в форме ярмарок мастеров и мастер-классов. Также индивид получает возможность самореализовываться через занятия handmade деятельностью, приобретать новые навыки и знания.

Занятия handmade деятельностью позволяют ремесленнику преодолеть дробление идентичности и размытость образов жизни, найти стабильность, помогает глубже провести рефлексию относительно своего места в мире.

Быстро меняющийся спрос и недолговечность модных течений решаются в рамках производства ручных товаров. Именно сфера handmade, как одно из направлений экономики ощущений, улавливает недолговечный запрос потребителя, удовлетворяя его желаниям здесь и сейчас. В то же время деятельность handmade развивает сегмент VIP-продукции, благодаря своей гибкости производства.

Последствия распространения handmade товаров, их приобретение, с целью подчеркивания своей индивидуальности сказывается на обществе в том, что таким образом формируется солидарность между членами общества, т.к. потребляя их покупатель соотносит себя с какой-либо группой и подчеркивает ту или иную ценность. В свою очередь отказ от потребления будет носить дезинтегрирующую функцию.

Популяризация handmade деятельности заинтересовывает все большее количество людей, которые, благодаря всему разнообразию видов рукоделия, находят в ней способ своего самовыражения.

Таким образом мы можем сделать вывод, что популяризация handmade деятельности многогранный процесс, который отражается как в личной жизнедеятельности людей – самореализация, персонификация, в межличностном пространстве – налаживая коммуникативную сферу, так и на жизни общества в целом: в культуре – повышая ее уровень, экономике – развивая новое направление экономики ощущений, и творческой сфере – позволяя творчеству быть более доступным простому обывателю.

3 Особенности деятельности handmade на основе анализа интервью с людьми, занимающимися handmade деятельностью

Анализ полученной в ходе проведения исследования информации был основан на рассмотрении выделенных нами гипотез возникновения handmade – движения, а также на ключевых параметрах, которые мы затрагивали выше: терминология, уникальность ручных товаров, причины роста ремесленников, однородность ситуации по стране, ремесленники как творцы ощущений, влияние handmade на тех, кто им занимается, и влияние handmade на потенциальных потребителей.

3.1 Соотношение определений «handmade» и «ручной труд»

Одним из основных моментов, стоящих перед нами в самом начале нашего исследования, был вопрос соотношения таких часто используемых терминов как «handmade» и «ручной труд». Несмотря на то, что по сути это английское слово и его перевод на русский, мы столкнулись с разными смыслами в отношении их. Мастера высказали довольно неоднозначную позицию и самое главное неоднородную в моменте трактования этих понятий. Во-первых, далеко не каждый опрошенный респондент посчитал их тождественными, синонимами, а во-вторых, некоторые разделяли их по уровню мастерства самого ремесленника или вида рукоделия.

Часто встречаемое понятие «handmade» не описано ни в языке, ни в символическом поле российской действительности. Под «handmade» все подразумевают разные вещи, иногда диаметрально противоположные, поэтому можно считать, что это такой искусственно созданный образ или символ. Просто есть идея handmade, а каждый что хочет, то с ней и делает.

Ввиду такой неоднозначной реакции и отсутствия классификации внутри самого сообщества людей, занимающихся ручным трудом, в данной исследовательской работе понятия «handmade», «ручная работа» и «ремесло» будут использоваться как синонимы, без разграничений на вид рукоделия, и на высокий и низкий уровень исполнения работ, а также сами люди, занимающиеся ручным трудом, далее обозначаются «ремесленник», «мастер», «автор» и «handmaker».

Одним из самых значимых выводов в ходе проведения исследования можно считать тот факт, что в российской действительности, в отличие от зарубежной, не сформирован понятий аппарат, относящийся к ручному труду.

В то время как в англоязычном дискурсе существуют два понятия, относительно деятельности ручным трудом, это «handmade» и «craftmade». Где «handmade» – это хобби, продукт, сделанный одним человеком, для себя, не выставляется на продажу, не претендует на художественную и культурную ценность. Для «handmade» (в зарубежной практике) не требуется профессиональных навыков, и зачастую «handmade» – это деятельность для развлечения себя, для разбавления рутинной жизни.

«Craftmade» кардинально отличается от «handmade». Во-первых, для того, чтобы выполнять craft изделия нужен определённый профессиональный навык, опыт работы. Во-вторых, craft товары делаются для продажи. В-третьих, для создания некоторых изделий мастера могут объединяться, т.е. craft изделие может быть создано не только одним человеком, здесь нет ограничений. И, в-четвертых, craft изделие может претендовать на культурное наследие и художественную ценность, а также, в некоторых, случаях на авторство работы, ее уникальность.

В начале своей исследовательской работы термином «handmade» были обозначены нами все изделия ручного труда, а людей, занимающихся handmade деятельностью, соответственно, «handmaker». Но в ходе проведения самого исследования мы столкнулись с неоднозначной реакцией «ремесленников» на данный термин. Это затрудняло и проведение исследования, и обобщение полученного материала, т.к. само понятие handmade по-разному оценивается мастерами: от крайне негативной оценки до вполне приемлемой.

Примером негативного отношения могут служить такие высказывания мастеров, как:

- *«Handmade – это такое американское слово, которое означает все, что делается руками. Не важно дизайнерское это, авторское. Это просто ты прочитал схему в интернете, взял две бумажки, склеил их друг с другом и это будет handmade. И поэтому да, к handmade, слову, очень многие относятся негативно. Очень много где сейчас можно увидеть это слово, потому что людям оно знакомо.»* (Интервью 2, женщина, 27 лет).

- *«Handmade лепят на все: хорошо, плохо, красиво, качественно. Без разницы. Кому-то все равно на качество. Сделали и handmade. Для них handmade это все, что руками. И за то, что я потратила –... десять минут дайте мне вознаграждение.»*

Handmade – это средство для пиара, причем оно работает строго для конвейера. То, что мастер действительно собирает сам, оно не настолько хорошо работает. Потому что по ценовой категории китайская игрушка с биркой handmade всегда должна быть дешевле и обычно дешевле, чем та же самая авторская игрушка даже без этой бирки. А для обычного покупателя обычно все просто: написано handmade – значит handmade, цена такая – значит такая. А почему у Вас другая цена? Этот-то зайка стоит дешевле. Все просто» (Интервью 3, женщина, 30 лет).

Респонденты по большей части высказывают недовольство по поводу несоразмерного и неуместного использования слова «handmade», а некоторые считают неприемлемым использование англоязычных слов в российской действительности.

- *«Сейчас даже варенье сварили и пишут handmade. У этого термина потерялся изначальный смысл»* (Интервью 7, женщина, 44 года).
- *«Это слово заезженное. Больше негатива вызывает само слово handmade. И зачастую это идёт как ручная работа, а на самом деле это просто ручная сборка китайских деталек. Я отношусь негативно. Это для того, чтобы продвинуть товары, как писать «натуральные продукты», «не содержат ГМО». Маркетинг, причем крайне заезженный»* (Интервью 4, женщина, 30 лет).
- *«Когда мы употребляем модное слово handmade к чему-то это становится круче. А когда мы просто ставим ручная работа, мы почему-то вспоминаем бабушек, которые вяжут, хотя бабушки периодически очень неплохо вяжут. И из-за этого кажется будто мы это обесцениваем»* (Интервью 3, женщина, 30 лет).

Большинство, опрошенных мной людей, изготавливающих товары ручным трудом, не используют разграничительных терминов к профессиональному труду и хобби.

- *«Handmade – авторское. Человек сам придумал, сам воплотил. Что-то узко направленное. Изысканность, изюминка.»* (Интервью 7, женщина, 44 года).
- *«Как бы нам ни хотелось свою культуру возвысить и поддержать это сейчас очень удобно, коротко и ясно. Не нужно лишних объяснений. Handmade и все»* (Интервью 5, женщина, 25 лет).

Некоторые из них ставят понятие handmade ниже уровня мастера. Т.е. все, что названо handmade для них – это нечто «потоковое», легкое в исполнении.

- *«Сделано руками, что-то такое попсовое: бусики, дамские украшения. у нас мастер делал репродукцию картину «Утро в сосновом лесу» из дерева – вот язык не повернется ее handmade назвать. Для меня handmade – это что-то рангом пониже»* (Интервью 16, женщина, 33 года).
- *«Это конечно не handmade, потому что я выхожу на профессиональный уровень, я склоняюсь назвать это дизайнерская ручная работа.»* (Интервью 14, женщина, 41 год).

Ряд респондентов проводят для себя сами границы в ручном труде, например, в одном из интервью девушка предложила такое разграничение как «качественный» и «некачественный» handmade:

- *«Я бы разграничила «качественный handmade» и «некачественный handmade»; «Понятие «качественный handmade» для меня – это обозначение профессиональной,*

качественной, безупречно изготовленной, красиво поданной работы (в любом виде творчества).» (Интервью 9, женщина, 29 лет).

- «Если ты им (потребителям) скажешь «ремесленник», они представят пчеловода, но не человека, который делает игрушки. Есть еще такой вариант разделить ремесло и *handmade*. Ремесленник – это человек, который что-то делает своими руками на продажу, а *handmade* – это дома, на кухне, для себя» (Интервью 2, женщина, 27 лет).

Важно отметить, что те мастера, которые называли свою деятельность «*handmade*», зачастую не считали себя «*handmaker*», а в ряде случаев, если соглашались себя так называть, то исправляли произношение на «*handmader*» (такого слова не существует, очевидно, образовано от «*handmade*» без учета грамматики английского языка), что свидетельствует о том, что зарубежная терминология и классификация ручного труда не воспринимаются российскими мастерами в полной мере, а своя еще не сформирована.

Возможно это связано с относительно недавним распространением *handmade* культуры в нашей действительности (приблизительно лет 5), с перенятым западным ажиотажем на ручной труд, предположительно можно сказать, что с увеличивающимся ростом «ремесленников» и дифференциацией на «качественных» и «некачественных», будет выводиться свой российский категориальный аппарат.

В тоже время ряд мастеров называли себя «*handmaker*», считая, что понятие «ручной труд» слишком грубо описывает их деятельность. Отношение мастеров не зависело от их опыта работы, подобной закономерности выявлено не было, а также нет связи и с их направлением деятельности либо возрастом самого мастера.

- «Некоторые могут обидеться, если их назвать «ремесленником», потому что они путаются, а четкого разделения нет, нет четкой терминологии ни в техниках, ни в этом разделии. А за рубежом есть – в Штатах, в Великобритании.» (Интервью 4, женщина, 30 лет).

- «Как я уже говорила, мне формулировка «ручной труд» режет уши, хотя, казалось бы, это тоже *handmade*, только по-русски. Но оно какое-то тяжелое понятие. Это со стамеской, с наковальней, сковать меч – ручной труд, на мой взгляд» (Интервью 5, женщина, 25 лет).

3.2 Мотивация потребителей handmade товаров

Что handmade в таком случае значит для потенциального потребителя? Что человек потребляет, посещая ярмарки или мастер-классы? Что значит handmade для потребителя?

Разбираясь в мотивации потребителей, мы опирались на мнение тех же мастеров, которые имеют опыт продаж, постоянных клиентов и контактируют со своими покупателями как при продаже уже готового изделия, так и принимая заказы.

Сам вопрос значимости handmade сферы для потребителя возник из предположения, что handmade не является односторонним явлением и не влияет исключительно на тех, кто изготавливает продукцию ручным трудом. *«Сейчас меньше народу именно покупают, а приходят-то столько же (на ярмарки)»* (Интервью 1, женщина, 27 лет) отмечают мастера.

Соответственно и возникает ряд вопросов: какова мотивация потребителя? Что он ищет в подобных товарах? Что ему дают handmade товары? При попытке ответить на эти вопросы мы, как и в предыдущий раз, составили типологию потребителей по мнению ремесленников г. Томска.

1) Потребление уникального

Как мы упоминали ранее уникальность – это то зачем изначально, в первую очередь, «охотится» потребитель. Желание иметь неповторимую вещь, без массового тиражирования, выделяться благодаря ей – самая распространенная причина покупок ручных товаров. Именно при таком способе изготовления шанс повтора невелик. Все ведь зависит от того *«как стежок ляжет»* (Интервью 5, женщина, 25 лет).

Лишь за небольшим исключением мастера называли поиск уникальных и необычных вещей в ряде первых причин, первых критериев со стороны своих заказчиков. Многие из ремесленников даже приводили примеры из личного опыта как клиенты предлагали большие суммы за обещание не делать повторов, продаваемому изделию.

- *«У меня были три заказчицы, которые купили авторское кольцо и были готовы доплатить сверху, при условии, что я больше их не повторю. Это абсолютно нормально. Я хочу такое, чтобы больше ни у кого этого не было. Очень – очень сильно хочется ручное творчество, которое вот ни у кого больше нет»* (Интервью 2, женщина, 27 лет);
- *««А у меня всем подругам понравилось, сделайте мне еще, но подругам где вы находитесь, и кто вы, я не расскажу, потому что, а вдруг они тоже что-нибудь у вас закажут и сделают себе тоже что-нибудь уникальное»»* (Интервью 2, женщина, 27 лет);
- *«Люди ищут еще больше уникальности, в другом секторе. И как раз этот сектор – это авторская работа. Потому что уникальней дальше некуда»* (Интервью 3, женщина, 30 лет);

- *«Многие приходят клиенты уже рассмотрев сайты с продуктами какими-то, где они выпускаются серийно. И они этого не хотят покупать. Они идут исключительно за каким-то индивидуальным заказом. Того, чего еще нет»* (Интервью 6, женщина, 23 года).

2) Эстетическое потребление

Под эстетическим поведением мы понимаем такой тип поведения, когда для потребителя в первую очередь важен не сам факт покупки, а чувственные ощущения соприсутствия с происходящим. Такие потребители посещают ярмарки и выставки, не приобретая товар, записываются на мастер-классы, не стремясь что-то выполнить или получить новый навык. Обычно мастера характеризуют их так:

- *«Есть люди, которых я стабильно вижу на каждой ярмарке, для них это уже как какой-то ритуал – прийти, пообщаться, поздороваться, посмотреть твои новинки»* (Интервью 4, женщина, 30 лет);

- *«Очень многие ходят на ярмарки не покупать, им не нужны идеи, потому что они ничего не делают, они просто ходят среди мастеров, потрогают все украшения, как прикоснуться к прекрасному»* (Интервью 7, женщина, 44 года);

- *«Люди приходят пообщаться, за эстетическим удовольствием»* (Интервью 15, женщина, 30 лет).

3) Демонстрационное потребление

Также можно выявить и такое поведение покупателей, как демонстрационное потребление, характеризующееся потреблением товаров как в первую очередь показателем своего достатка и силы. Исследователи предпочитают говорить, что на данный момент количеством потребляемого трудно соревноваться, поэтому упор делается на качественное потребление или потребление культурное, а ручной труд в некоторой степени является отражением культуры. Так ремесленники говорят о такой группе покупателей, для которых важна сама покупка и покупка именно ручных изделий:

- *«Есть сумасшедшие, которые покупают все подряд, у них полные ящики, никто это не носит, но им сам факт принадлежности к этому и что у них это есть»* (Интервью 7, женщина, 44 года)

Нельзя утверждать, что все потребители являются поклонниками handmade продукции, многие это не могут оценить. Довольно часто мастера рассказывают истории, в которых российские покупатели жалуются на ценник товара.

- *«Есть такая большая категория людей, которые подойдут и скажут: «а ты же дома это можешь сделать, это же ручные поделки». Здесь немножко обидно становится, потому что понимаешь, что дома так не сделаешь. Опыт должен быть обязательно»* (Интервью 1, женщина, 27 лет);

- *«А есть такие люди, которые всего этого не понимают и не принимают. Им не нужна эта эксклюзивность изделия, т.к. обычно это дороже, чем продукция массового производства»; «Есть еще такие люди, которые не хотят тратить деньги на handmade, т.к. считают, что смогут сделать также. Обычно, в большинстве случаев, их мнение ошибочно»* (Интервью 8, женщина, 32 года);

- *«Большинство не готовы платить за ручной труд установленную цену»* (Интервью 9, женщина, 29 лет);

- *«Очень мало людей, которые ценят ручной труд, т.к. рынок handmade сейчас заполнили дешевые товары с Китая и мало кто разбирается, что покупает. Все чаще на ярмарках слышу: «Что так дорого?». Стояли мы на ярмарке в прошлом году на Драм театре, рядом стояла бабуля с гжелью (на ценнике у нее было написано Гжель) по 50 р, берёстой штампованной и всякими штуками китайскими. Так у нее все разлеталось как горячие пирожки, к нам подходили и говорили, что за заколку 200 р. это дорого, или и покупали у нее»* (Интервью 10, женщина, 29 лет).

Некоторые мастера подчеркивают то, что зарубежные потребители не торгуются с выставленной ценой и готовы платить больше. Предположительно, это связано в первую очередь с уровнем жизни российского населения относительно западного.

- *«Зарубежные покупатели готовы заплатить за товар те деньги, которые мастер выставляет»* (Интервью 15, женщина, 30 лет);

- *«И еще интересно то, что иностранцы готовы платить совершенно другие деньги за наши культурные ценности. Иностранцам яставляю вещи по другой цене. Да и вообще у нас отношение к handmade другое: почему так дорого, вы же это руками сделали. А за границей наоборот: вы это руками сделали, поэтому это так дорого»* (Интервью 16, женщина, 33 года).

Опираясь на полученные данные, всех потребителей мы можем разделить на вышеописанные группы лишь условно, т.к. для более детальной проработки типологии необходимо более тщательно исследовать самих потребителей.

3.3 Восприятие уникальности в товарах ручного труда

Товары ручного труда позиционируют себя на рынке потребления как уникальные, отличные от массовых. Само направление экономики ощущений – handmade деятельность именно это и предлагает, к тому же желание отличаться, пожалуй, всегда владело человеком. Мастера единодушно признавали стремление потребителей владеть уникальной, отличной от всей продукции, чаще даже сделанной на заказ под индивидуальные параметры и предлагая заплатить сверх цены за то, что мастер не будет делать повторов этому продукту.

- *«У меня были три заказчицы, которые купили авторское кольцо и были готовы доплатить сверху, при условии, что я больше их не повторю. Это абсолютно нормально. Я хочу такое, чтобы больше ни у кого этого не было. Очень – очень сильно хочется ручное творчество, которое вот ни у кого больше нет»* (Интервью 2, женщина, 27 лет).

- *«Когда ты что-то продаешь, ты рассчитываешь, что сработает сарафанное радио: друзья, подруги, а сейчас наблюдается обратная ситуация: они что-то берут, им нравится, но они не хотят делиться где они это взяли, т.е. «а у меня всем подругам понравилось, сделайте мне еще, но подругам где вы находитесь и кто вы, я не расскажу, потому что, а вдруг они тоже что-нибудь у вас закажут и сделают себе тоже что-нибудь уникальное».* (Интервью 2, женщина, 27 лет).

- *«Потребитель гонится за уникальностью товара, наверное, все время. Люди всегда искали уникальность. А то, что сейчас обращаются к конкретно автору, это потому что сейчас идет перенасыщение товара. Люди ищут еще большие уникальности, в другом секторе. И как раз этот сектор – это авторская работа. Потому что уникальней дальше некуда»* (Интервью 3, женщина, 30 лет).

Также респонденты отмечают сниженную потребительскую способность. Это стало заметно и по продажам на ярмарках и по личным заказам.

- *«Пожалуй, соглашусь, что многие (не все) хотят «не как у всех», но большинство не готовы платить за ручной труд установленную цену. То есть, они бы однозначно купили работу, если бы она стоила, как подобная в магазине (они бы предпочли авторскую работу магазинной, но не готовы платить цену, назначенную мастером). Пример из последней ярмарки: девочка и бабушка увидели пряники. Девочка очень просит пряничного единорога. Бабушка спрашивает цену, я отвечаю, бабушка реагирует: «Ох ты! Пойдем отсюда, купим в магазине, нам какая разница какие есть!» То есть, она бы готова купить пряник за 10 рублей, порадовать свою внучку (иначе не узнавала бы цену), но, узнав, что стоит пряник не 10 рублей, подумала, что это сильно дорого и сделала несложный логический вывод: дешевле купить килограмм пряников в магазине, чем один, хоть и авторский на ярмарке. И*

затем «сравнила» уже окончательно магазин и *handmade* замечанием, что нет разницы, какие есть.» (Интервью 9, женщина, 29 лет).

- «...можно сравнить покупателей, например, они (зарубежные покупатели) готовы заплатить за товар те деньги, которые мастер выставляет» (Интервью 15, женщина, 30 лет).

Товары ручного труда обычно рекламируются как уникальные, неповторимые. Сами мастера по этому поводу считают, что есть поточные товары, которым невозможно присудить уникальность, даже если они ручные, а есть авторские или на заказ, и они уже и считаются неповторимыми. Также одна респондентка важно подметила относительность применения самого термина «уникальность»:

- «Да, они ищут уникальность, но не всегда потребитель понимает, что значит это слово. Разные люди делают практически одинаковые работы, продаваемый товар. Когда люди это покупают, они думают, что они уникальные. И только мы, мастера, между собой знаем, что это не уникальная работа. Что ее скопировать и сделать подобную очень легко. Но этим товаром все равно не будут обладать миллионы людей, десятки может быть, даже сотни пусть. Поэтому если рассматривать уникальность с точки зрения миллиардности населения нашей планеты и обладать этим будут сотни, то да, это уникальная вещь» (Интервью 15, женщина, 30 лет).

- «Если сравнивать с магазинным ассортиментом, мои работы можно назвать уникальными и оригинальными. Если сравнивать с работами других мастеров-пряничников, конечно, есть общие идеи (например, общие для разных мастеров формы – пряничные снежинки к Новому Году, зайцы и яйца к Пасхе и т.д.) Если же работа от начала и до конца – мой замысел, когда я хочу воплотить свою идею, рисую эскизы, продумываю детали, тогда я считаю это полностью авторской, уникальной работой» (Интервью 9, женщина, 29 лет).

Многие ремесленники причинами роста спроса на товары ручного труда называют «бездушность» товара, его обезличенность:

- «Вещи ручной работы покупают, потому что они не массовые. Мастер в них душу вдохнул. И, наверное, людей еще греет то, что у него такое есть, а у других нет» (Интервью 16, женщина, 33 года).

- «Люди наелись китайского простого примитивного.» (Интервью 14, женщина, 41 год).

- «Может быть то, что у товара видно лицо. Потому что мастер – это лицо товара. То, что продается в магазинах, это обезличено. А здесь есть лицо и ты можешь контактировать с самим изготовителем, спросить все интересующие вопросы: «Из чего? Как?» (Интервью 6, женщина, 23 года).

- *«Надоела эта бездушность. В изделиях ручной работы живет часть души мастера, особенно так говорят люди, которым ты делал на заказ. Люди готовы платить за то, что ты сидел, делал изделие и думал только об этом человеке»* (Интервью 7, женщина, 44 года).

3.4 Причины увеличения количества ремесленников в Томске в сравнении с другими городами и за рубежом

Затруднительно утверждать, что ситуация в Томске по росту и качеству изделий ручного труда отличается от остальных городов России или зарубежья. Часть респондентов утверждали, что ситуация по стране везде одинакова, а другая часть считала, что Томск более развит в организационном плане (ярмарки) и качество мастеров выше:

- *«В Томске это сейчас бум и нас надо отдельно от всех, можно сравнить с Москвой и Питером, к примеру, еще с парой-тройкой городов, где такой же пик был в свое время. В то же время, если приехать в Краснодар и посмотреть, что там продается на улице – это будет кошмар просто. Там в разы ниже уровень, где-то только начинают. А у нас в городе были в свое время магазины, которые поставляли товары для handmade чуть ли не по всей стране, этим магазинам больше 10 лет многим, а в остальных городах этот бум совпал как раз тогда, когда проще стало заказывать из-за рубежа. в остальных городах ситуация абсолютно другая и Томск сравнивать в целом со всеми остальными не стоит. А в Томске так дело пошло, потому что город молодежный. У нас есть отдельный анклавчик с интернетом, который всегда у нас был, и все эти сообщества у нас сформировались намного раньше, чем в целом по стране. Почему-то форумская жизнь, эта тусовка она в Томске всегда была»* (Интервью 4, женщина, 30 лет).

- *«На моей работе (магазин товаров для творчества) некоторые женщины приходят и говорят, что у них в городе вообще практически такого не найти, в том числе товаров для handmade и самих ярмарок по handmade. Просто в городе это не распространено. Кажется, из Дании женщина русская приезжала и закупалась у нас. Говорит, там понятие сделать самостоятельно вообще такого нет. Это удивительно, что человек себе сам что-то сделал, а не купил»* (Интервью 13, женщина, 27 лет).

- *«Томск раскручен, в других городах меньше реальных организационных моментов – ярмарок, да и мастеров там трудно найти.»* (Интервью 17, мужчина, 41 год).

Причины увеличения количества ремесленников. В современном обществе популярность товаров ручного труда приобретает все большую популярность и как следствие

все большее количество людей стали заниматься ручным трудом. Причины этого разнообразны: от самых поверхностных – зарабатывание денег:

- *«Сейчас пошел рост мастеров на фоне того, что сейчас люди потеряли свою работу и тоже думают, чем заняться, а это сейчас активно пропагандируется. А я наоборот в этом негатив определенный вижу: это сильно сказывается на общем качестве ручной работы и на имидже тех, кто давно этим занимается. Многие сейчас к творчеству стали подходить именно «сколько я на этом заработаю». Но это абсолютно неправильный подход, абсолютно.»* (Интервью 4, женщина, 30 лет).

- *«Сейчас очень сильно все ударились в зарабатывание денег. Творчество уходит на второй план, и я говорю не только про других, но и про себя»* (Интервью 15, женщина, 30 лет)

- *«На самом деле люди думают, что это легко. Я участвую в ярмарках, люди подходят смотрят и говорят: «А я тоже так сделаю». Приходят такие люди на мастер-класс, сначала они сами пытаются сделать, а потом понимают насколько это сложно. Это тяжелый труд, все делается с нуля. Поэтому многие уходят в украшения – в сборку: подвеска, три бусинки – ничего сложного»* (Интервью 15, женщина, 30 лет).

Также была названа причина помощи российской экономике:

- *«Импортозамещение. По-другому никак. Мы все привыкли к китайскому. Мастера поднимают экономику, государства и своего»* (Интервью 17, мужчина, 41 год).

Помимо самых очевидных причин были названы мастерами и такие гипотезы, которые более глубоко рассматривают поведение людей в современном мире и его темпе протекания, со всеми особенностями:

- *«Не хватает людям живого. Достаточно посмотреть журналы, что там рекламируется? Идеальные линии, все должно быть идеально, перфекционизм зашкаливающий, от людей в жизни тоже требуют, чтобы они делали все идеально на работе. Т.е. чтобы он был таким каким он в принципе быть не может. И сейчас жизнь стараются сделать такой какой она не бывает: идеальной, выглаженной со всех сторон, вылизанной. А люди от этого устают, так жить нельзя. Поэтому их, наверное, и тянет заниматься чем-то подобным, ручным трудом, это отдушина, они хотят почувствовать, что они что-то могут»* (Интервью 16, женщина, 33 года).

- *«Возможность развивать свои способности. Я никогда раньше не думала, что я смогу заниматься таким делом. С фантазией было плохо, рисовать не умела, сейчас все умею. А еще очень большое моральное удовлетворение»* (Интервью 18, женщина, 46 лет).

- *«Сейчас в жизни мало вещей настоящих. А это дело одно из настоящих дел»* (Интервью 14, женщина, 41 год).

- *«Практически любой ручной труд через какое-то время, если человек вкладывает в него, он его тоже изменяет в лучшую сторону» (Интервью 3, женщина, 30 лет).*
- *«Сейчас столько людей в депрессии, у меня была одна такая ученица у нее была жесткая депрессия, она сидела на препаратах психотропных, очень тяжелых, от которых ты просто не вменяем, ты не находишься в этой реальности. Она пришла ко мне, и я ей предложила просто повалять. И она так осторожно это стала делать, потихоньку стала замечать цвета, мягкость материала. Она стала выходить из этого состояния, стала потихоньку валять, так для себя, конечно. Я думаю, это очень замечательно. Это целительный процесс, это то, что человека делает цельным, полным, то, что тебя наполняет. Ты туда вкладываешь, а тебе это возвращается в три раза больше.» (Интервью 14, женщина, 41 год).*

Ремесленники как творцы ощущений. В экономике ощущений приобретаемый товар носит не только утилитарную функцию, но и дарит те самые ощущения и впечатления, ради которых и был куплен. В связи с переходом на экономику ощущений ремесленники получили больше возможности сбыть свою продукцию как приобретая покупку сразу, так и на заказ. А также немаловажно отметить, что зачастую ремесленники проводят и мастер-классы, таким образом передавая «атмосферу творчества».

Утверждение о том, что экономика впечатлений существует в современном мире фактически может быть подтверждено цитатой из интервью с девушкой, которая изготавливает на продажу волшебные палочки по мотивам произведения о Гарри Поттере.

- *«Я хотела сделать свою мастерскую, свой магазин открыть, где будет продаваться волшебство» (Интервью 6, женщина, 23 года).*
- *«Я говорю, что волшебная палочка – это только инструмент для того, чтобы у человека исполнились мечты. Это всего лишь средство. А все волшебство у вас внутри. Все главное в тебе» (Интервью 6, женщина, 23 года).*

«Ощущения» потребители ищут не только через приобретение конкретного товара, но и посещения ярмарок, выставок, мастер-классов:

- *«Тут идет еще и общение мастера с заказчиком, а люди сейчас очень ценят общение. Некоторые даже на мастер-класс приходят, ничего не делают, есть женщины, которые приходят и откровенно говорят: «Я хочу сюда взять женской энергии, мне ее на неделю хватает». Она ничего не делает три года, приходит, платит деньги и просто сидит разговаривает со всеми, для вида достанет ниточку. Люди готовы купаться в этом, вариться, присутствовать при этом, они готовы платить деньги в принципе ни за что, просто чтобы посидеть с людьми, которые заняты каким-то видом деятельности» (Интервью 7, женщина, 44 года).*

- *«Очень многие ходят на ярмарки не покупать, им не нужны идеи, потому что они ничего не делают, они просто ходят среди мастеров, потрогают все украшения, как прикоснуться к прекрасному» (Интервью 7, женщина, 44 года).*

- *«Очень редко у посетителей ярмарок есть конкретные желания, обычно на ярмарки идут как раз за хорошим настроением, за ощущением праздника. И когда ты выступаешь в качестве продавца, то нужно не только продавать свой товар, свои изделия, но и так же дарить людям немного радости и хорошего настроения. На новогодней ярмарке всем посетителям, которые подходили к моему столу мы предлагали угоститься конфеткой, к которой была прикреплена бумажка с новогодним пожеланием. Всем людям было приятно и весело» (Интервью 8, женщина, 32 года).*

Мастера зачастую упоминают сами те ощущения, которые они продают своим заказчиком, по-разному это описывая:

- *«Люди хотят переживаний красивой истории в себе. У меня девочка была, клиентка, заказала курточку фиолетовую, подобрала ботиночки, юбочку и на следующий день после покупки звонит и говорит: «Лиля, на меня сегодня так парень засмотрелся, что врезался в столб. Я такая счастливая!». Вот почему она купила вещь? Она могла бы себе сиреневую курточку купить в магазине. Но она же заказала ее у меня, потому что она хочет, чтобы парень врезался в столб, чтобы тетки на остановке стояли и разглядывали тебя. Это чувство некой особенности. Это некая история про тебя.» (Интервью 14, женщина, 41 год).*

- *«Человек через вещи ручного труда чувствует это тепло. Handmade дарит людям тепло, любовь и свою картину мира. Люди с помощью него ищут путь к самому себе и к окружающим. Человек социальное существо и всегда хочется показать – а я вижу вот так» (Интервью 14, женщина, 41 год).*

- *«Вот заказчики все до одного относятся к этой вещи, как к дорогой тебе вещи. Приходят отзывы: «С Вашими работами будто в сказке побывал», «Ребенку подарили игрушку Вашу, и он с ней спать лег» или «У меня в доме теперь теплее стало» и понимаешь, что вещи в хороших руках» (Интервью 16, женщина, 33 года).*

- *«Игрушки ручной работы дарят тепло, приносят радость.» (Интервью 8, женщина, 32 года).*

Изделия ручного труда также преподносят в качестве подарков, таким образом подчеркивая его ценность за счет способа изготовления.

- *«А вот с мылом такая ситуация была. Мне подарили мыло шикарнейшее – нигде в Томске такого не видела. Оно было с картинкой, и шишечка там резная еще была. Красиво очень сделано. Не могу описать. И я его очень долго хранила, потому что мне было жалко, потому что оно красивое, потому что я хотела на него любоваться. В какой-то момент я*

поняла, что нет, это мыло, надо его как-то использовать.» (Интервью 1, женщина, 27 лет).

- *«В моем случае: пряники чаще покупают и заказывают именно в подарок, как сувенир, часто он долго стоит, украшая собой какую-нибудь кухонную полочку (смех). В то время как магазинные пряники, насколько я знаю, обычно не дарят и не хранят, как сувенир.»* (Интервью 9, женщина, 29 лет).

- *«Очень люблю, когда мои пряники покупают детям – для меня это высочайшая степень доверия. И особенно люблю, когда ребенок разворачивает пряник сразу и с удовольствием съедает его.»* (Интервью 9, женщина, 29 лет).

- *«...девчонки на мастер-классе делают блокноты, потом кому-нибудь подарят, а потом жалуется: «Подарила маме, а он у нее лежит, она в нем не пишет» либо «Мне жалко в нем писать». Больше эта вещь получается для эстетической красоты, чем для практического использования»* (Интервью 15, женщина, 30 лет).

3.5 Значимость handmade деятельности для мастеров

Одним из ключевых вопросов исследования, который мы обозначили в самом начале нашей работы – это вопрос значимости handmade деятельности для мастеров. Исходя из полученных данных, мы можем вывести типологию ремесленников, классифицирующую их по отношению к своей деятельности ручным трудом, где в каждый тот или иной тип они попали из расчёта того ключевого принципа, о котором рассказывали во время интервью. Таким образом у нас получилось 4 типа: handmade как самозанятость, как способ разобраться в себе, как источник дохода и как самореализация через такое хобби.

1) Самозанятость

Под самозанятостью мы понимаем возможность человека самому себе обеспечить рабочее место, организовать свое дело. Многие респонденты указывали именно этот фактор главным в своем занятии handmade деятельностью, отмечая, однако, что *«когда на себя работаешь, приходится еще больше работать, чем на «дядю»»* (Интервью 16, женщина, 33 года). Тем не менее у некоторых опрошенных респондентов свое дело зарегистрировано как ИП (индивидуальный предприниматель) или ООО (общество с ограниченной ответственностью). Свой выбор респонденты аргументировали так:

- *«Она дает возможность очень сильно раскрыться. Т.е. я могу делать то, что нравится мне и не под начальством кого-то»* (Интервью 1, женщина, 27 лет).

- *«Самовыражение. Возможность делать то, что ты хочешь, не зависеть от других, не работать на какого-то дядю, в какой-то фирме, иметь собственный график, который тебя устраивает»* (Интервью 2, женщина, 27 лет).

- *«Прежде всего комфорт. Это самое главное к чему я всегда стремилась – это знать какие-то определенные планы на будущее, они всегда есть. Всегда приятно этого добиваться. И все-таки состояние комфорта: ты работаешь в том графике, в котором тебе удобней, ты работаешь с теми людьми, с которыми тебе приятно. Весь коллектив, хотя он тоже не стабильный, приходят – уходят люди, но при этом у меня хорошие отношения с большим количеством мастеров и мне именно в этой среде хорошо. Точное есть осознание, что я буду заниматься этим»* (Интервью 4, женщина, 30 лет).

2) Попытка разобраться в себе

Занятость ручным трудом нередко была оценена опрошенными ремесленниками как возможность разобраться в своих личных проблемах, отдохнуть от несущегося темпа повседневной жизни, получить расслабление либо приобрести попутно с деятельностью некие новые знания. Ответы респондентов оказались неожиданными, многие из них удивили своей рефлексией о самом себе и занятостью ручным трудом в целом.

- *«Это занятие что-то вроде медитации»; «Я начала переосмысливать очень многие вещи в своей жизни»; «Образовываешься вместе со своей работой»; «Моя работа – это попытка себя самоорганизовывать»* (Интервью 3, женщина, 30 лет).

- *«Меня успокаивает ручной труд, я забываю про все проблемы и неприятности»* (Интервью 10, женщина, 29 лет).

- *«Внутреннюю силу. Как дело, которое ты безумно любишь, тебя наполняет духовно, развивает, обогащает. Я вижу, как я изменилась. Через это дело я поняла много своих внутренних моментов. Я вообще считаю, что любое дело дает тебе духовное начало. Я работаю над качествами своими, я понимаю свои плюсы и минусы, я постоянно нахожусь в поиске»* (Интервью 14, женщина, 41 год).

- *«Это возможность обратиться к самому себе»* (Интервью 14, женщина, 41 год).

- *«Практически любой ручной труд через какое-то время, если человек вкладывает в него, он его тоже изменяет в лучшую сторону»* (Интервью 3, женщина, 30 лет).

- *«Когда я стала заниматься творчеством, я стала общаться с творческими людьми и мир стал ярче, пусть это будет банально, но это на самом деле так. Вся шелуха мирская, она вообще ничего не значит в этом мире. Ты носишь то, что ты хочешь, ты разговариваешь так, как хочешь. Больше не заморачиваешь по поводу того, как меня воспримут другие люди. Я стала более открытой, более общительным человеком»* (Интервью 15, женщина, 30 лет).

3) Источник дохода

Вариант рассматривать занятость handmade деятельностью как способ получения заработка изначально лег в основу этой работы и только в ходе интервью мы смогли ответить, что это хоть и важный элемент в этой занятости, но не единственный. В этом случае можно разделить тех, кто изначально стал заниматься изготовлением товаров ручным трудом как способом заработка и тех, кто получает деньги как «побочный эффект» или как признание своего творчества. Также хочу отметить, что далеко не все мастера отмечали деньги как решающий фактор. Многие из них даже делали такое замечание: *«Тут такая очень тонкая грань между тем, чтобы действительно получать вознаграждение за свое творчество и тем, чтобы работать на заработок. И когда твоя первая мысль – это сделать что-то, чтобы получить деньги, тогда что-то важное теряется. Не надо это ставить целью»* (Интервью 3, женщина, 30 лет). Но в целом аргументация handmade деятельностью как источника дохода выглядела таким образом:

- *«Прежде всего это деньги. Я получила деньги, я получила знания»* (Интервью 6, женщина, 23 года).
- *«Я поняла, что снова на работу по найму идти я не хочу. И я подумала, а что я умею делать? Я умею готовить и мне это приносит удовольствие, и я кое-что умею рукодельничать»* (Интервью 7, женщина, 44 года).
- *«Дополнительный заработок, с которого я могу побольше выделить деньги на подарки на Новый год или фестивали»* (Интервью 13, женщина, 27 лет).
- *«Еще один бонус – это, конечно, деньги, которые я могу потратить на покупку новых моточков пряжи или на подарочки своим детям»* (Интервью 8, женщина, 32 года).

4) Самореализация через свое хобби, увлечение

Занятия ручным трудом, подобными видами рукоделия (вышивание, бисероплетение, вязание, шитье и т.п.) изначально прививаются детям достаточно в раннем возрасте и играют свою роль в качестве некоего хобби. Это не означает, что у подобных занятий есть возрастные границы. Нередко и опрашиваемые мной респонденты именно так характеризовали свою деятельность, говоря о том, что именно благодаря своему хобби они имеют возможность выразить себя, свои мысли и идеи. А также, что подобное увлечение помогает «спасаться» при основной нетворческой работе, т.е. дает выход своему нереализованному творческому потенциалу.

- *«Самореализацию. Я как человек с творческим образованием, с таким видением и с такой простой работой...мне требуется какой-то выплеск. Ищешь пути для творчества»* (Интервью 5, женщина, 25 лет).

- *«Самореализация через творчество, новый вид деятельности, которым мне интересно заниматься» (Интервью 9, женщина, 29 лет).*
- *«Для меня сейчас это просто хобби, отвлечение от диплома, и я наслаждаюсь процессом, когда делаю фигуры или бабочки» (Интервью 12, женщина, 24 года).*
- *«Мое рукоделие – это мое хобби» (Интервью 8, женщина, 32 года).*
- *«Возможность развивать свои способности. Я никогда раньше не думала, что я смогу заниматься таким делом. С фантазией было плохо, рисовать не умела, сейчас все умею. А еще очень большое моральное удовлетворение» (Интервью 18, женщина, 46 лет).*

Таким образом мы увидели еще раз, что сфера handmade деятельности неоднозначно влияет на ремесленников и выполняет для них разные функции, которые мы попытались сгруппировать в приведенной классификации.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Исследовав вопрос экономики ощущений в современном пространстве, а также феномен возникновения популярности handmade сферы. Мы пришли к выводу, что данное явление было обусловлено социальными потребностями самих членов общества – потенциальных потребителей ощущений.

Специфика ручного труда идеально (если так можно сказать) удовлетворяет параметрам экономики ощущений как одного из ее сегментов, направлений, а также отражает общественные потребности современного времени, его противоречий и особенностей.

Особенности handmade деятельности и handmade сферы в целом заключаются в таких аспектах, как:

1. Handmade продукт изготавливается ручным трудом (по умолчанию), а, следовательно, может быстрее сменить свое производство по сравнению с огромными мануфактурами и налаженным производством. Это немаловажное качество играет огромную роль в современных условиях сжатия жизненного цикла товара, быстроменяющемуся спросу потребителей, недолговечности трендов;

2. Handmade продукт имеет «лицо» своего изготовителя. Дефицит опыта «телесности» вкупе с обезличенным производством порождает запрос на прямой контакт производитель-потребитель, и handmade продукт удовлетворяет ему. Handmade сфера имеет обратную связь с потребителем, практически все мастера дают пожизненную гарантию на свой товар, само потребление зачастую происходит без посредников. Мастера более податливей, готовы идти на уступки, в отличие от магазинов;

3. Handmade продукт и сегмент handmade в целом может позволить уникальность всем быть похожими друг на друга, т.е. тенденции уникализации он удовлетворяет полностью – он изготавливает уникальные вещи, потому что они выполнены ручным трудом, при этом не претендуют на абсолютную уникальность, они могут иметь одинаковые мотивы, быть выполнены по одной схеме, из одинаковых материалов.

С точки зрения философии экономики ощущений, в которой продаются и потребляются в первую очередь эмоции и впечатления, handmade товары уже и есть полноценные впечатления. Это обусловлено тем что, выпускаются они либо в малых экземплярах, либо вообще являются единичными. Ограниченный тираж в свою очередь всегда повышает ажиотаж на конкретный товар и увеличивает потребительский спрос на него. Владение подобным продуктом, в таком случае, автоматически становится впечатлением для его обладателя.

Беря за основу идею деления переживания на 4 области: развлечение, образование, эскапизм, эстетизм, можно отметить, что сфера handmade может реализовываться во всех них подобным образом:

1. развлечение – реализуется в таких мероприятиях как ярмарки ручных товаров, где посетителям создается настроение, зачастую такие ярмарки приурочены к праздничным дням, что еще больше усиливает эффект;
2. образование – здесь сфера handmade в ключе образования реализуется в проводимых мастер-классах, на которых участники приобретают новые знания и навыки по созданию какой-либо вещи (в зависимости от тематики мероприятия и вида рукоделия), имеется непосредственное активное участие;
3. эскапизм – к уходу от реальности и глубокому погружению в дело точно также можно отнести упомянутые выше мастер-классы, в которых опытный мастер помогает людям погрузиться в реальность создания товара ручным трудом;
4. эстетизм – желание любоваться, наслаждаться товарами ручного труда, для этого мастерами проводятся различные мероприятия такие, как выставки своих изделий на специально оборудованных площадках.

На основе проведенного нами исследования, проанализировав полученные интервью, можно сделать вывод, что гипотезы о причинах распространения сферы handmade частично подтвердились, а именно:

1. была верна первая гипотеза, утверждающая, что потребителями handmade продукции движет процесс уникализации – желание отличаться от всех и, одновременно с этим, выразить свою солидарность той или иной социальной группе. Мастера в первую очередь утверждали, что к ним за изделиями идут люди, желающие иметь то, чего нет у остальных;
2. в той или иной мере верна и вторая гипотеза об обезличенности производства и нехватки «лица» у товара, желания иметь непосредственную связь с производителем. При продаже товара, сделанного своими руками, в большинстве своем мастера поддерживают связь с покупателем, осведомляются, о «поведении» продукта, если была использована новая технология его изготовления, соглашаются на ремонт своих продуктов и всегда готовы дать ответы на вопросы потребителей о важных для них критериях – экологичность, состав, правила эксплуатации и т.д.;
3. шестая гипотеза, обусловленная особенностями современного мира, его темпами, постоянно растущим количеством выбора, дроблением идентичности, ее размыванием. Здесь занятия рукоделием, handmade, это способ погрузиться в себя, отвлечься от ритма современного мира, поиск успокоения. Зачастую мастера высказывали что-то

подобное о своем виде рукоделия, о своих занятиях, называя его «медитацией», «целительным процессом», «способом решения проблем».

Помимо этого, проведенное исследование дало нам основания попытаться составить классификацию мастеров и потребителей. Основанием для классификации выступили такие вопросы как влияние handmade на тех, кто им занимается, и на тех, кто потребляет эту продукцию. Что handmade им дает? Какие возможности? По нашим выводам существует 4 «ипостаси» ручного труда для ремесленников и 3 объяснительных типа потребления для потенциальных покупателей.

Ремесленникам handmade дает такие возможности как:

1. самозанятость – возможность создать самому себе рабочее место через производство товаров ручным трудом и их продажу, работать на себя;
2. попытка разобраться в себе – расценивание такого творчества как способ погрузиться в себя и попытаться решить те или иные возникшие трудности и проблемы;
3. источник дохода – возможность заработать деньги, получить вознаграждение за свой труд;
4. самореализация через хобби – отдых от основной, зачастую нетворческой профессии, приобретение новых навыков.

Потребителей ручного труда можно разделить по типам потребления:

1. потребление уникального – поиск уникальных, неповторимых вещей, которые помогут сконструировать свой образ и отличаться от остальных;
2. эстетическое потребление – наслаждение самими товарами, посещение выставок, с целью приобщения к этому;
3. демонстрационное потребление – показное потребление ценных для какой-либо группы вещей. Сама вещь не имеет ценности, важен факт ее приобретения.

Из основных гипотез, выдвигаемых нами в начале работы подтвердилась первая: «Рост спроса со стороны потребителей на изделия ручного труда обусловлен поиском уникальности, возможностью отличаться от остальных, пресыщением однообразными промышленными товарами».

Не была подтверждена вторая гипотеза о том, что handmade противостоит культуре одноразового потребления и массовизации продуктов. Наоборот, популяризация этой сферы, возрастающее число занятых в ней, спрос со стороны потребителей на handmade товары указывают на соответствующий рост товаров ручного труда, а в некоторых видах рукоделия можно наблюдать однородность продукции, даже ее одинаковость – увеличение массы выпускаемой продукции.

Третья гипотеза о соотношениях понятий «ручной труд» и «handmade», а именно о восприятии их как синонимы, перевод с русского на английский и обратно. Эта гипотеза тоже не была подтверждена, т.к. мастера по-разному оценивали эти понятия. И если для какой-то определенной доли мастеров это и были синонимы, то большинство из них соотносили эти понятия с уровнем ремесленника: «handmade» отмечался как более низкий уровень в сравнении с «ручным трудом», либо с видами деятельности рукодельников: например, к «handmade» относили изготовление свечей или мыла, а к «ручному труду» скрапбукинг, вязание, бисероплетение. Представленные деления носят исключительно субъективный характер, и сама классификация не имеет на данный момент четкости и разработанности в самих кругах ремесленников.

Таким образом можно сделать вывод, что handmade сфера является одним из успешных и развивающихся направлений экономики впечатлений и может служить предпосылкой зарождения общества ощущения. Возможно, handmade – это индикатор появления зачатков общества ощущений в России.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бабенко А. В. О менеджменте художественного рынка в изобразительном искусстве // Вест. Том. гос. ун-та. – 2013. – № 366. – С. 110–111.
2. Батай Ж. Проклятая доля / Ж. Батай. – М.: Гнозис; Логос, 2003. – С. 117.
3. Бауман З. Глобализация. Последствия для человека и общества: пер. с англ. / З. Бауман. – М.: Весь Мир, 2004. – 188 с.
4. Бек У. Собственная жизнь в развязанном мире: индивидуализация, глобализация и политика // Проблемы теоретической социологии. – 2003. – №. 4. – С. 211-221.
5. Бергер П. Л. Конструирование социальной реальности. Трактат по социологии знания / П. Л. Бергер, Т. Лукман. – М.: Медиум, 1995. – 323 с.
6. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры: пер. с фр. / Ж. Бодрийяр; пер. Е. А. Самарской. – М.: Культурная революция, 2006. – 269 с.
7. Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть: пер. с фр. / Ж. Бодрийяр; под ред. С. Н. Зенкина. – М.: Добросвет, 2000. – 389 с.
8. Бодрийяр Ж. Соблазн / Ж. Бодрийяр. – М.: Ad marginem, 2000. – 306 с.
9. Бодрийяр Ж. К критике политической экономии знака: пер. с фр. / Ж. Бодрийяр; пер. Д. Кралечкина. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Библион – Русская книга, 2004. – 304 с.
10. Вебер М. История хозяйства. Город / М. Вебер. – М.: Канон-Пресс-Ц, 2001. – 567 с.
11. Веблен Т. Теория праздного класса: пер. с англ. / Т. Веблен; ред. В. В. Мотылева, – М.: Либроком, 2011. – 368 с.
12. Горц А. Нематериальное. Знание, стоимость и капитал: пер. с нем. и фр. / А. Горц; М. М. Сокольской. — М.: изд. дом гос. ун-та Высшей школы экономики, 2010. – 208 с.
13. Дебор Ги. Общество спектакля: пер. с фр. / Ги Дебор; пер. М. Якубович; ред. Б. Скуратов; послеслов. А. Кефал Дебор, Ги-Эрнест. – М: Логос. 2000. – 183 с.
14. Долгин А. Б. Экономика символического обмена / А. Б. Долгик. – М.: Инфра-М, 2006. — 632 с.
15. Золотухин В. «Честная» футболка [Электронный ресурс] // Полит.ру. – Электрон. дан. – URL:<http://www.polit.ru/culture/2005/07/11/tshort.html> (дата обращения: 06.05.2016).
16. Инглхарт Р. Модернизация, культурные изменения и демократия: Последовательность человеческого развития: пер. с англ. / Р. Инглхарт, К. Вельцель; пер. М. Коробочкин. – М.: Либеральная миссия, 2011. – 464 с.
17. Кобляков А. А. Основы общей теории творчества (синергетический аспект) // Философия науки. – 2013. – №. 8. – С. 95-106.
18. Колодий Н. А. Новая экономика – экономика впечатлений: учебное пособие / Н. А. Колодий. – Томск: Изд-во ТПУ, 2010. – 329 с.

19. Корепанов В. К. Креативная экономика в современном поликультурном сообществе / В. К. Корепанов // *Alma mater: Вестник высшей школы*. – 2012. – № 7. – С. 66-72.
20. Лапочкина В. В. Экономика впечатлений: танец в парке / В. В. Лапочкина, Е. В. Агамирова // *Современные проблемы сервиса и туризма*. – 2014. – Т. 8. – №.2. – С. 50-59.
21. Лапочкина В. В. Особенности экономики впечатлений в период конъюнктурных изменений на примере рынка туризма: российский опыт // *Сервис в России и за рубежом*. – 2014. – № 9 (56). – С. 150-160.
22. Лиотар Ж.-Ф. Состояние постмодерна: пер. с фр. / Ж.-Ф. Лиотар; пер. Н. А. Шматко. – М.: Ин-т экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя, 1998. – 160 с.
23. Липовецки Ж. Эра пустоты. Эссе о современном индивидуализме: пер. с фр. / Ж. Липовецки; пер. В. В. Кузнецова; вступ. ст. Г. Н. Ивашевской. – СПб.: Владимир Даль, 2001. – 331 с.
24. Мерло-Понти М. Феноменология восприятия: пер. с фр. / Мерло-Понти М.; под ред. И. С. Вдовиной; пер. И. С. Вдовина, С. Л. Фокина. – СПб.: Наука, 1999. – 606 с.
25. Молчанов В. И. Различение и опыт: феноменология неагрессивного сознания / В. И. Молчанов. – Ростов н/Д: Модест Колеров и издательство «Три квадрата», 2004. – 328 с.
26. Морено Я. Социометрия: экспериментальный метод и наука об обществе: пер. с англ. / Я. Морено. – М.: Академический проект, 2001. – 384 с.
27. Мосс М. Очерк о даре. Форма и основание обмена в архаических обществах // *Общества. Обмен. Личность: Труды по социальной антропологии*: пер. с фр., послесл. и ком. А. Б. Гофмана. – М.: Восточная литература, РАН, 1996. – С. 74-222.
28. Пайн Б. Д. Экономика впечатлений: работа – это театр, а каждый бизнес – сцена / Б. Д. Пайн, Д. Х. Гилмор. – М.: Вильямс, 2005. – 304 с.
29. Петренко И. А. Креативная экономика: зарубежный и российский опыт // *Сб. научных трудов SWORLD*. – 2014. – Т. 27. – №. 4. – С. 21-27.
30. Ритцер Д. Макдональдизация общества: пер. с англ. / Д. Ритцер; пер. А. В. Лазарева. – М.: Праксис, 2011. – 592 с.
31. Салинз М. Экономика каменного века: пер. с англ. / М. Салинз. – М.: ОГИ, 1999. – 294 с.
32. Сильверстайн М. Дж. Зачем платить больше? Новая роскошь для среднего класса / М. Дж. Сильверстайн, Н. Фиск. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. – С. 347–353.
33. Сувалко А. С. Эмоциональный капитализм: коммерциализация чувств / А. С. Сувалко. – М.: Изд. Дом Высшей школы экономики, 2013. – 48 с.
34. Тоффлер Э. Шок будущего: пер. с англ. / Э. Тоффлер; науч. ред., авт. предисл. П. С. Гуревич. – М.: АСТ, 2004. – 557 с.

35. Уэбстер Ф. Теории информационного общества: пер. с англ. / Ф. Уэбстер; пер. М. В. Арапова, Н. В. Малыхиной; под ред. Е. Л. Вартановой. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 400 с.
36. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее: пер. с англ. / Р. Флорида. – М.: Классика-XXI, 2007. – 421 с.
37. Шульце Г. Производят впечатления [Электронный ресурс] // Интервью для журнала Esquire. – 2011. – Электрон. дан. – URL: <http://esquire.ru/events> (дата обращения: 06.05.2016).
38. You Name It – We Rent It by Harland Manchester // Readers Digest. – 1966, July. – 144 с.
39. Scitovsky T. What's Wrong with Mass Production? // Cultural Economics: the Arts, the Heritage and the Media Industries / ed. R. Towse. – 1997. – Vol. 1. Edward Elgar Publishing. – P. 99.
40. Schulze G. Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart / G. Schulze. – New York: Campus Verlag, 2005.
41. Rifkin J. The age of access: The new culture of hypercapitalism // Where All of Life is a Paid-For Experience. – New York: Tarcher, 2000. – С. 40-51.
42. Illouz E. Cold Intimacies: The Making of Emotional Capitalism / E. Illouz. Cambridge: Polity Press, 2007.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Программа исследования

Современное общество, характеризующееся как быстро меняющееся, нестабильное, размывающее идентичность, выдвигает на передний план иную рационализацию жизни как упор на ощущения индивидов и их переживаний. Опираясь на это развивается экономика ощущений, одной из отраслей которой становится индустрия «handmade», которая на сегодняшний момент приобретает все большую популярность.

Проблемная ситуация: С одной стороны, современное общество имеет налаженное промышленное производство, большой ассортимент товаров, а также отсутствие дефицита. «Конвейерная» продукция может иметь невысокую стоимость и легкодоступность. При этом на рынке потребления наблюдается рост продукции, изготовленной ручным трудом, handmade – товаров, рост людей, занимающихся ручным трудом, а также повышается спрос на такую продукцию со стороны потребителей. Такие изделия зачастую стоят дороже заводской продукции, более трудоемок процесс их приобретения (изделия на заказ нужно ожидать в течение, примерно, нескольких недель) и распространения. В связи с этим возникает и проблема исследования.

Проблема исследования: каковы причины роста и спроса на handmade-продукцию (мнение г. Томска)?

Цель исследования: выявить причину роста и спроса на handmade-продукцию, по мнению «ремесленников» г. Томска.

Объект исследования: люди, занимающиеся ручным трудом, г. Томска.

Предмет исследования: мнение людей, занимающихся ручным трудом, относительно популяризации ручной деятельности, спроса потребителей на такой товар и роста количества самих «ремесленников».

Задачи:

1. рассмотреть соотношение понятий «ручной труд» и «handmade»;
2. выявить причины популяризации ручной деятельности;
3. определить мнение «ремесленников» г. Томска относительно спроса на продукцию ручного труда;
4. проанализировать мнение «ремесленников» г. Томска относительно увеличения числа людей, занимающихся ручным трудом.
5. проанализировать мотивы, побуждающие к этой деятельности;

Гипотезы:

1. рост спроса со стороны потребителей на изделия ручного труда обусловлен поиском уникальности, возможностью отличиться от остальных, пресыщением однообразными промышленными товарами;
2. определения «ручной труд» и «handmade» воспринимаются мастерами как синонимы.

Метод: в прикладной части использовалось полуформализованное интервью.

Критерии отбора информантов: Основным критерием отбора для участия в интервью является то, что данная группа людей занимается handmade деятельностью, использует ее как источник дохода и непосредственно контактирует с потребителями handmade продукции, что может нам позволить сделать выводы не только о производителях, но и о самих покупателях. Количество взятых интервью определялось таким показателем, как насыщение информации. Было проведено 18 интервью продолжительностью от 11 минут до 2 часов, с людьми, занимающимися handmade деятельностью г. Томска.

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Бланк интервью

Здравствуйте. Я хочу побеседовать с Вами о ручном труде и его роли в нашем обществе. Для удобства расшифровки наша беседа будет записана на диктофон.

Блок 1

1. Вы занимаетесь ручным трудом. Расскажите историю Вашего дела? Как Вы стали этим заниматься? Кто Вас в этом поддерживал?
2. Какие перспективы развития Вы видите для себя?
3. Является ли это занятие единственным для Вас? Или оно идет параллельно с другой работой?
4. Есть ли среди Вашего окружения знакомые/друзья, также изготавливающие вещи с помощью ручного труда?
5. Что значит для Вас Ваша работа (деятельность)? Что Вам дала Ваша деятельность?
6. Что является самым главным для Вас в Вашей работе? Ваш принцип работы?
7. Есть ли у Вас постоянные клиенты? (Как много, если есть?)
8. С момента начала Вашей деятельности расширился ли круг Ваших знакомств?
9. Если Да, то пользуетесь ли Вы Вашими новыми знакомствами? Помогли ли они Вам в совершенно других областях жизни?

Блок 2

10. Как Вы называете Вашу деятельность? Ручной труд, авторский, дизайнерский, handmade...?
11. Как Вы относитесь к такому определению как handmade?
12. Считаете ли Вы себя сами handmaker? Почему?
13. Что Вы подразумеваете под понятием handmade?

Блок 3

14. Согласны ли Вы, с тем что последнее время все чаще потребители гонятся за уникальностью товара, такого чтобы не как у всех, и находят это в изделиях ручного труда?
15. Товары ручного труда обычно характеризуются уникальностью, оригинальностью. Ваш товар можно описать через эти понятия? Насколько это уместно, необходимо? Как Вы

определяете уникальность Вашего товара (Если Да)?

16. Как Вам кажется, отличается ли отношение потребителей к продукции ручного труда по отношению к продукции массового производства? Есть ли разница в эксплуатации со стороны покупателей?

Блок 4

17. Участвуете ли Вы в различных ярмарках, выставках со своими изделиями?
18. Как Вы думаете, по какой причине существует спрос на изделия ручного труда, ведь масс-маркет может всех обеспечить?
19. Как Вам кажется, какая основная цель у посещающих ярмарку мастеров, выставки с товарами ручного труда – настроение, ощущение праздника или покупки, конкретный товар?
20. Согласны ли Вы с тем, что сейчас наблюдается рост рукодельниц? С чем это связано?
21. Отличается ли ситуация в Томске от других городов? Почему?

Блок 5

22. Скажите, пожалуйста, какой у Вас основной род деятельности в настоящее время?
23. Ваше образование?
24. Сколько Вам лет?

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Список информантов

1. Алена Харченко
2. Анастасия Андреева
3. Анастасия Кижло
4. Анастасия Климанова
5. Анна Батеева
6. Анна Вотякова
7. Анна Калашникова
8. Арина
9. Елена Соболева
10. Инга Голосова
11. Ирина Соловеева
12. Лев Николаевич
13. Лидия Филатова
14. Лилия Трофимская
15. Надежда Боярко
16. Олеся Лукманова
17. Ольга
18. Татьяна Гринчук

ПРИЛОЖЕНИЕ Г

Интервью

Интервью 1

Продолжительность интервью 23 минуты; Дата интервью 04.05.2016

- В: Вы занимаетесь ручным трудом. Расскажите историю Вашего дела? Как Вы стали этим заниматься? Кто Вас в этом поддерживал?
- О: У нас все получилось очень спонтанно. Мы начали, как и все сначала делать на дому тортики, Пирожки. И позже уже нашли готовый бизнес и смогли его приобрести. Мы приобрели цех вместе с оборудованием, персонал остался с нами, но он потом поменялся, и часть рецептов, которые в принципе были не особо нужны. За годы работы кондитерской люди привыкли, и мы оставили то, что нам подходит, остальное стали потихоньку заменять. Я всем этим руковожу с мамой. У меня мама даже больше пекла на дому, я больше рекламщик. Мне пришлось потом приехать в Томск и вместе с ней начинать поднимать дело. Я отучилась в Томске, потом уехала в Москву, у меня там открывались больше возможностей, чем здесь в плане рекламы и пиара. Потом пришлось вернуться, но я не жалею абсолютно, потому что это настолько оказалось мое, и я очень довольна. Мы стараемся, еще чуть-чуть недоделано, хочется большего. Мама больше даже на это толкнула. Хотелось маме, она устала от офисной работы (Транснефть, там график от 8 и до неизвестно, когда домой). она и в принципе у меня такая рукодельница-рукодельница. Она занималась всем: и вышивала, и что-то делала из бисера (хотя и я тоже), и тортики пекла. Ей все чего-то хотелось хотелось - хотелось и никак не могла поймать что. Сначала она очень хотела магазин сделать с подарками, но понимала, что тогда нужно прям суперформат, потому что много уже таких магазинов, в тех же цветочных, Красный куб, их много достаточно сувенирных магазинов. Много чего думали и не могли выцепить. Я вот сейчас, вращаясь в сфере handmade понимаю, что нужно было, но сейчас это не так актуально. Потом все-таки решили, что с пищевойкой завяжем. Поддерживала семья. Когда открывали кофейню уже было много клиентов. Мы стали продвигать кондитерскую через ярмарку. Мы стали выставляться с пряниками ручной работы, очень много ярмарок проходило, нас люди стали узнавать, и я завязала кучу знакомств, очень полезных, очень классных, с очень многими людьми подружилась. И когда мы открывали кофейню уже был костяк людей, которые просто я могла позвать и сказать: «Ребят, отмыть надо». И ребята приходили, помогали, и я очень довольна в этом плане.
- В: Какие перспективы развития Вы видите для себя?
- О: Хочется много всего, хочется, чтобы это переросло, хочется много витрин, чтобы люди приходили заходили, чтобы люди знали о нас. Сейчас основной целью стоит развитие кофейни. Потому что цех на Сибирской он понятно остается, раньше если люди ездили к нам туда, специально приезжали туда на машинах, он достаточно далеко и неудобно расположен. Сейчас хочется это все перенести сюда, плюс еще добавить. Еще в планах есть развивать это кафе как handmade – кафе, чтобы люди могли приходить сюда и делать что-то своими руками. Чтобы можно было прийти что-то взять, что-то поделаться, порисовать, ниточки иголки, с собой принести опять же. Чтобы сидели и творили.
- В: Является ли это занятие единственным для Вас? Или оно идет параллельно с другой работой?
- О: Параллельно у меня есть подработка с той московской фирмы. Я особо то и не хочу уже, мне хватает вот здесь, но я не могу отказаться, потому что остались друзья и, если надо я им помогу. Это фриланс. А кафе это основное.
- В: Есть ли среди Вашего окружения знакомые/друзья, также изготавливающие вещи с помощью ручного труда?
- О: Да.
- В: Что значит для Вас Ваша работа (деятельность)? Что Вам дала Ваша деятельность?
- О: Все. Это моя жизнь. Я засыпаю думаю о работе, я просыпаюсь я думаю о работе. Я этим живу. Есть конечно какая-то часть, которая оставлена у меня для дома, мужа, но остальное все время я здесь либо в цехе. **Она дает возможность очень сильно раскрыться. Т.е. я могу делать то, что нравится мне и не под начальством кого-то.** Несмотря на то, что у меня директором является мама, но с мамой, во-первых, всегда можно договориться, во-вторых, кофейня все-таки отдана мне под мои какие-то творческие задумки.
- В: Что является самым главным для Вас в Вашей работе? Ваш принцип работы?
- О: У нас есть принципы, но они связаны с пищевойкой скорее. Т.е. мы не делаем тортики на смесях, мы делаем на натуральных продуктах обязательно. Как бы нас ни просили есть некоторые такие штуки, которые мы не делаем, мы говорим точно нет. Например, мы не делаем тортики 18+. То, что неприятно мы стараемся не делать. Смысл? Ты будешь отдавать этот заказ и понимать, что нам не нравится, а, следовательно, и заказчику не понравится. Мне так кажется.
- В: Есть ли у Вас постоянные клиенты? (Как много, если есть?)
- О: Да, конечно. Сейчас много, да. Есть постоянные клиенты, которых я уже не запоминаю (смех). Если раньше я думала, что я их всех по именам знаю и мне хорошо, вот мои постоянные клиенты. То сейчас приходят, я в лицо знаю, а как зовут я не помню абсолютно. Расширяется количество. Нарботана клиентская база. (Кафе

- открылось 12 апреля 2016, а цех существует 4 года)
- В: С момента начала Вашей деятельности расширился ли круг Ваших знакомств? (Или покупатели только покупателями и остаются?)
- О: Да, это точно. Есть люди, которые готовы нам помочь. Есть люди, которые стали друзьями.
- В: Если Да, то пользуетесь ли Вы Вашими новыми знакомствами? Помогли ли они Вам в совершенно других областях жизни?
- О: Да. Правда пока сильно не приходилось. Воспользовалась знакомством с фотографом. Такие вещи происходят периодически, не часто.
- В: Как Вы называете Вашу деятельность? Ручной труд, авторский, дизайнерский, handmade...?
- О: Здесь трудно разграничить. Грань бизнеса и handmade очень сложная. Да тут и вопрос принципов. Я считаю, что печь на дому тортики – да, это классно, но не совсем правильно, потому что нет санитарных норм. Нельзя приспособить кухню под все санитарные нормы, которые требуются. Плюс чаще всего это делают мамы с детьми, и ты никогда не уследишь, что ребенок делает, когда ты отвернешься. Сложно сказать. Я сейчас для себя тоже пытаюсь это понять. Где у нас часть handmade, а где уже не handmade. У нас нет потока. У нас каждый торт заказной обговаривается с клиентом индивидуально и поэтому у нас нет определенной цены. Наверное, это часть какая-то из handmade. Но тем не менее у нас есть все документы, бюрократическая часть. И это уже часть поточная. Мне кажется, что нельзя говорить, что тортики — это поток. Пряники... хотя пряники тоже разные, с пряниками я могу сказать, что у нас есть. И да, они все сделаны вручную, но есть пряники, которые мы повторяем из недели в неделю, одни и те же, и они уже становятся поточными. А есть пряники, которые мы делаем индивидуально, красиво, на те же свадьбы. **Авторский замысел и художественная ценность должна присутствовать для непоточного продукта, товара.**
- В: Как Вы относитесь к такому определению как handmade?
- О: Очень сложно. Это опять-то таки вопрос как это разграничить? Вообще я очень люблю людей, которые делают что-то руками.
- В: Считаете ли Вы себя сами handmaker? Почему?
- О: Отчасти да
- В: Что Вы подразумеваете под понятием handmade?
- О: То, что мы называем **handmade** должно носить авторский замысел, художественную ценность, это должно быть красиво, эстетично и это должно быть, наверное, продаваемо все-таки. Но с продаваемо вопрос: кто-то делает для себя и делает шикарно. Но хотя бы чтобы это можно было чисто теоретически продать.
- В: Согласны ли Вы, с тем что последнее время все чаще потребители гонятся за уникальностью товара, такого чтобы не как у всех, и находят это в изделиях ручного труда?
- О: В плане пицечки не особо. **В плане пицечки народ гонится в большинстве своем за тем, что дешевле.** Хотя сейчас тоже на ярмарках смотришь ситуацию: у Алены есть бисерные шарики по 300 руб. – не так дорого, но наврядли их купят, потому что в FixPrice есть какие-нибудь висюльки за 51 руб. **есть такая большая категория людей, которые подойдут и скажут: «а ты же дома это можешь сделать, это же ручные поделки».** Здесь немножко обидно становится, потому что понимаешь, что дома так не сделаешь. **Опыт должен быть обязательно.**
- В: Товары ручного труда обычно характеризуются уникальностью, оригинальностью. Ваш товар можно описать через эти понятия? Насколько это уместно, необходимо? Как Вы определяете уникальность Вашего товара (Если Да)?
- О: Да, так можно описывать, плюс **профессионализм** нужно добавлять. Потому что если это сделано тяп-ляп, то это вроде handmade, но больше детская поделка. Свой товар я так могу описать, если это заказные тортики, они особенные.
- В: Как Вам кажется, потребители продукции ручного труда используют ее более бережно относительно продукции массового производства? Есть ли разница в эксплуатации со стороны покупателей?
- О: Думаю, да. **Она стоит дороже – это, во-первых. Во-вторых, если человек приобретает продукцию ручного труда, он понимает, что это сделано вручную, что это скорее всего в единственном экземпляре. Потому что мастера не любят делать повторы.** Мы тоже не любим делать повторы наших тортиков. Поэтому отношение к такой продукции с какой-то ценностью. В случае с тортиком бережно не бережно, съел его. А вот с мылом такая ситуация была. Мне подарили мыло шикарнейшее – нигде в Томске такого не видела. Оно было с картинкой, и шишечка там резная еще была. Красиво очень сделано. Не могу описать. И я его очень долго хранила, потому что мне было жалко, потому что оно красивое, потому что я хотела на него любоваться. В какой-то момент я поняла, что нет, это мыло, надо его как-то использовать.
- В: Участвуете ли Вы в различных выставках со своими изделиями?
- О: Да. До сих пор в разных.
- В: Как Вы думаете, по какой причине существует спрос на изделия ручного труда, ведь масс-маркет может всех обеспечить?
- О: То ли с засилием всего этого масс-маркета, то ли в связи с низкой покупательской способностью **сейчас меньше народу именно покупают, а приходят-то столько же.** Все мастера жалуются. Поэтому не могу сказать, что это сейчас прям шикарное поле, для того чтобы начинать действовать. Но надо пытаться это

продвигать и зачастую сейчас получается дешевле купить это у мастеров, чем у Marmelato (если говорить про украшения). Хотя казалось бы – там Китай абсолютный. А причина – **наверное, всегда хочется чего-то индивидуального. Всегда же есть средства идентификации. Хочется чего-то такого, чего не будет у других. Абсолютно нормальное человеческое желание.**

В: Как Вам кажется, какая основная цель у посещающих ярмарку мастеров, выставки с товарами ручного труда – настроение, ощущение праздника или покупки, конкретный товар?

О: И то и то верно. Зависит от ярмарки. Если написано, что это ярмарка украшений ручной работы, то народ пойдет посмотреть и что-то приобрести. Если написано, что это какой-то фестиваль, то народ пойдет потусить. Им будем хотеться какого-то праздника. В общем очень сильно зависит от мероприятия.

В: Скажите, пожалуйста, какой у Вас основной род деятельности в настоящее время?

О: ООО у нас ☺

В: Ваше образование?

О: Высшее, ТГУ реклама

В: Сколько Вам лет?

О: 27

Интервью 2

Продолжительность интервью 27 минут; Дата интервью 4.05.2016

В: Вы занимаетесь ручным трудом. Расскажите историю Вашего дела? Как Вы стали этим заниматься? Кто Вас в этом поддерживал?

О: Начиналось все с кружка в детстве, а по поводу именно продажи, спасибо мужу, потому что он купил мне первые камни, первый бисер, по сути заставил меня идти пробовать что-то делать на продажу. Я плела из дешевых материалов, самых простых, для себя, все это складывала в коробочку. Мужчина вот решил, что так нехорошо делать и нужно, чтобы оно приносило доход, приносило счастье в семью. Помимо мужа поддерживали еще друзья. Друзья и мужчина. Родители не поддерживают. С родителями очень проблематично, у них позиция того, что нужно копить на старость и быть где-то официально трудоустроенным, а я не трудоустроена.

В: Какие перспективы развития Вы видите для себя?

О: Попытка выйти за пределы Томска как можно дальше, пытаюсь сейчас выйти на международный уровень. У меня есть группа в Вконтакте, выхожу на ярмарку мастеров, на Pinterest. Pinterest – это файлообменник, на котором может любой желающий создавать альбомы и сохранять картинки со всего Интернета, чтобы хранились не на компьютере, а удобно в папочках, легко найти и не теряются. И чисто теоретически можно создать свою папку со своими работами, если прописать хорошие хэштеги, то поисковик будет тебя находить. Если человек находит картинку, то обычно он переходит на сайт откуда эта картинка, потому что вдруг там есть что-то еще? А это тоже своеобразный способ поиска клиента. Pinterest – это американский сайт, на котором огромное количество американцев, которые очень любят ручной труд.

В: Является ли это занятие единственным для Вас? Или оно идет параллельно с другой работой?

О: У меня есть параллельно учеба, я пишу диплом, тоже на тему рукоделия.

В: Есть ли среди Вашего окружения знакомые/друзья, также изготавливающие вещи с помощью ручного труда?

О: Теперь много. Во-первых, в принципе, комфортней общаться с людьми, которые тебя понимают, а во-вторых, мы же постоянно встречаемся с рукодельниками на других ярмарках общаемся, сотрудничаем. Поэтому рано или поздно простое общение перерастает в дружеское.

В: Что значит для Вас Ваша работа (деятельность)? Что Вам дала Ваша деятельность?

О: **Самовыражение. Возможность делать то, что ты хочешь, не зависеть от других, не работать на какого-то дядю, в какой-то фирме, иметь собственный график, который тебя устраивает.**

В: Что является самым главным для Вас в Вашей работе? Ваш принцип работы?

О: Сделай то, что тебе заказали за неделю, иначе забросишь на месяц. Я очень быстро перегораю в работе. Если не успею за неделю, то отложится все в долгий ящик.

В: Есть ли у Вас постоянные клиенты? (Как много, если есть?)

О: Да, порядком. Главный клиент – моя подруга, которая недавно посчитала сколько у нее лежит моих украшений, так вот у нее вышло на 40 тысяч. Остальные клиенты у меня есть, но не такого объема.

В: С момента начала Вашей деятельности расширился ли круг Ваших знакомств? (Или покупатели только покупателями и остаются?)

О: Конечно. Но для частого и постоянного общения человек 7 не больше.

В: Если Да, то пользуетесь ли Вы Вашими новыми знакомствами? Помогли ли они Вам в совершенно других областях жизни?

О: Да, конечно, помогают. Заказчики, к ним можно всегда обратиться, посоветоваться. Рукодельницы, к ним тоже можно обратиться. И, в-третьих, мы все мастера обмениваемся опытом, ведем совместные проекты. Мы начинаем думать не просто, что мы можем сделать из бисера, а с кем мы можем объединиться, чтобы сделать что-то иного формата.

В: Как Вы называете Вашу деятельность? Ручной труд, авторский, дизайнерский, handmade...?

О: Рукодельный. Если честно даже не задумывалась. Авторский – да, он авторский. Ручной – да, он ручной. Дизайнерский – в какой-то степени мы все дизайнеры, потому что мы что-то свое делаем. Какого-то

- определенного названия, наверное, нет. Главное, чтобы не поделками называли, а все остальное не важно.
- В: Как Вы относитесь к такому определению как handmade?
- О: **Лояльно. Но правильнее называть ремеслом. Handmade это такое американское слово, которое означает все, что делается руками. Не важно дизайнерское это, авторское. Это просто ты прочитал схему в интернете, взял две бумажки, склеил их друг с другом и это будет handmade. И поэтому да, к handmade, слову, очень многие относятся негативно. Очень много где сейчас можно увидеть это слово, потому что людям оно знакомо. Если ты им скажешь ремесленник, они представят пчеловода, но не человека, который делает игрушки. Есть еще такой вариант разделить ремесло и handmade. Ремесленник – это человек, который что-то делает своими руками на продажу, а handmade – это дома, на кухне, для себя.**
- В: Считаете ли Вы себя сами handmaker? Почему?
- О: Нет
- В: Что Вы подразумеваете под понятием handmade? (По надобности)
- О: все, что делается руками
- В: Согласны ли Вы, с тем что последнее время все чаще потребители гонятся за уникальностью товара, такого чтобы не как у всех, и находят это в изделиях ручного труда?
- О: **Да, у меня были три заказчицы, которые купили авторское кольцо и были готовы доплатить сверху, при условии, что я больше их не повторю. Это абсолютно нормально. Я хочу такое, чтобы больше ни у кого этого не было. Очень – очень сильно хочется ручное творчество, которое вот ни у кого больше нет.** Поэтому еще одна большая проблема возникает в результате. На ярмарках не покупают, на ярмарках заказывают. Приходят, им нравится какая-нибудь подвеска, но они говорят: «Вы эту уже всем показали, а вот я хочу такую же, но с перламутровыми пуговицами только для меня». Да, действительно, чтобы ни у кого такого не было, чтобы только у меня. Связи с этим существует вторая проблема. **Когда ты что-то продаешь, ты рассчитываешь, что сработает сарафанное радио: друзья, подруги, а сейчас наблюдается обратная ситуация: они что-то берут, им нравится, но они не хотят делиться где они это взяли, т.е. «а у меня всем подругам понравилось, сделайте мне еще, но подругам где вы находитесь и кто вы, я не расскажу, потому что, а вдруг они тоже что-нибудь у вас закажут и сделают себе тоже что-нибудь уникальное».** У меня есть заказчица, которая работает в школе, т.е. школа, преподаватели, женщины, огромное количество женщин, следовательно. Долго ожидала, что придут заказчики. При этом она первый раз пришла, что-то заказала, второй раз пришла заказала. И она возвращается на третий раз, и я спрашиваю: «Вашим-то коллегам нравится?», она: «Да, нравится, только я не скажу, где вы находитесь». Я этого немножко не понимаю, но такое действительно есть.
- В: Товары ручного труда обычно характеризуются уникальностью, оригинальностью. Ваш товар можно описать через эти понятия? Насколько это уместно, необходимо? Как Вы определяете уникальность Вашего товара (Если Да)?
- О: Они действительно в какой-то степени уникальные, оригинальные, но говорить, что они единственные в своем роде, и я такое не повторю...нуу...что-то подобное могу сделать, выкручусь и все равно что-то подобное смогу сделать. Оно не настолько дорого стоит, по крайней мере в Томске, и я не на таком уровне, чтобы делать абсолютно уникальные вещи в своем роде. Плюс есть же момент спроса и предложения, если у меня хорошо покупают, тогда я буду делать что-то подобное, на это есть спрос. **По поводу уникальности в принципе, да, у нас есть мастера, которые уникальны и которые не делают повторов, да и не нужны их вещам повторы, такие вещи и стоят намного больше.**
- В: Как Вам кажется, потребители продукции ручного труда используют ее более бережно относительно продукции массового производства? Есть ли разница в эксплуатации со стороны покупателей?
- О: Хотелось, чтобы это было так. Вроде как бережно, но все равно, когда продаю вещи ручной работы, особенно кольцо, я пишу памятку. Причем обязательно в каждой памятке у меня есть глупые, просто безумно глупые пункты о том, что там: не давать играть детям, не давать жевать животным, не стирать в стиральной машинке. Да, посмеются. Но я не раз читала о том, что вещи действительно засовывали в стиральную машинку и давали играть детям, как-то страшно, а вдруг?
- В: Участвуете ли Вы в различных выставках со своими изделиями?
- О: Участвую.
- В: Как Вы думаете, по какой причине существует спрос на изделия ручного труда, ведь масс-маркет может всех обеспечить?
- О: **Во-первых, момент уникальности. Во-вторых, момент качества.** Ты можешь купить в той же Marmelato вещь, которая стоит 500 руб и она у тебя порвется через три дня. Та же вещь, купленная у мастера, прослужит намного больше. Просто потому, что это не фабричное производство, а ручное, мы проверяем каждую ниточку, проверяем как все сделано. **Плюс — это материалы – хорошие, качественные материалы. И последнее, наверное, как бы это сейчас ни звучало, во многом более приятная цена по сравнению с производственным.** Многие вещи действительно дешевле покупать у мастеров, как бы смешно это ни звучало. У мастеров можно поискать дешевле, качественнее и лучше.
- В: Как Вам кажется, какая основная цель у посещающих ярмарку мастеров, выставки с товарами ручного труда – настроение, ощущение праздника или покупки, конкретный товар?
- О: По поводу выставок – это посещение и покупка, по поводу ярмарок – это, на мой взгляд, 70-80% это просто

случайные прохожие. Мимо гуляли, зашли, потому что ярмарки чаще всего проходят в торговых центрах, где всегда есть поток народа, горсад, на праздниках, в самой толпе, следовательно, народ там просто есть. Какой-то конкретной задачи пойти на ярмарку – 20%.

В: Скажите, пожалуйста, какой у Вас основной род деятельности в настоящее время?

О: Студент

В: Ваше образование?

О: Неполное высшее, ТГУ ЖурФак

В: Сколько Вам лет?

О: 27

Интервью 3

Продолжительность интервью 46 минут; Дата интервью 4.05.2016

В: Вы занимаетесь ручным трудом. Расскажите историю Вашего дела? Как Вы стали этим заниматься? Кто Вас в этом поддерживал?

О: Я плету ловцов снов, немного рисую, немного занимаюсь бижутерией – сборкой. Изначально в году 2011, наверное, я работала в библиотеке – Томской Областной Юношеской Библиотеке, я там работала на абонементе и ввели кружок детского творчества, в этот кружок надо было придумывать каждый раз разные поделки. Можно было делать оригами, но оригами это по сути всегда одно и то же. Причем у нас была конкуренция среди отделов на разные мероприятия, оригами там, по-моему, уже отдела два уже забило. И я выбирала различные поделки из интернета: что сделать из яйца с киндер-сюрприза, например. А однажды я увидела мастер класс по ловцу снов. И мне оно понравилось. Первый ловец мы сделали с детьми, мы его делали на бумажной основе, мы вырезали все из картона, обклеивали бумагой, перья брали, бусинки. Причем мы все это сделали и мне это так понравилось. Захотелось еще попробовать. Так я пробовала еще примерно год, дарила знакомым, друзьям. Потом это все забросила и через, наверное, года два сделала первый на заказ, причем заказ оплачивался денюшкой + яблочки/мандаринки. Мне безумно понравилось делать эту работу и в этот момент, наверное, я начала задумываться, а почему бы не делать это более профессионально. Потом опять немного забросила и уже в 2014 году перед Новым Годом начала этим заниматься. И занимаюсь до сегодняшнего момента. Поддерживал меня только муж, родные относились к этому как к некоторой блажи: «Да, ты у нас ребенок творческий». Мой муж – это главный оценщик, если ему понравилось, значит все прекрасно, если он сказал, что что-то не то, значит нужно делать как-то по-другому. Потом я ушла с работы, было достаточно тяжело совмещать и творчество, и работу. Сложновато стало. И муж сказал: «Хорошо, занимайся этим, годик позанимайся, если надоест, тогда пойдешь устроишься». В результате я так и осталась заниматься этим. И меня в принципе все устраивает, я счастлива, что занимаюсь любимым делом.

В: Какие перспективы развития Вы видите для себя?

О: Как раз я сейчас стою перед таким моментом, когда думаю куда двигаться дальше. Изначально был создан паблик в Вконтакте, где я выкладывала свое творчество. Появился круг людей, с разных городов мастера. У нас такое теплое приятное общение. И еще люди, которым это нравится – будущие заказчики, кто-то просто любит на все это смотреть. И все это в таком милом формате продолжалось, но сейчас наступил момент, когда я начала думать, что нужно двигаться куда-то дальше. Потому что сейчас это все находится больше на уровне любительском, хобби, а я хочу развиваться дальше как дизайнер. Всегда безумно мечтала поработать с дизайном образа человека. Сейчас с Аленой пытаемся сделать проект совместный – будем делать роуч. Роуч – это индейский головной убор с перьями. И хочу переключиться к образу в целом, а не какой-то отдельной вещи.

В: Является ли это занятие единственным для Вас? Или оно идет параллельно с другой работой?

О: Единственное на данный момент.

В: Есть ли среди Вашего окружения знакомые/друзья, также изготавливающие вещи с помощью ручного труда?

О: Когда человек начинает заниматься какой-то деятельностью, у него появляется круг знакомых, которые по той или иной причине разделяют его интерес. И у меня также, в какой-то момент круг общения стал меняться и сейчас очень много знакомых, которые занимаются тем же. А изначально, когда стала этим заниматься как таковых таких знакомых не было. И первые мои знакомые – это были знакомые с интернета, я начала выкладывать свои работы в каких-то пабликах и мы стали общаться с теми, кому это было интересно, мне стали подсказывать советы мастера более высокого уровня. А «живые» знакомства появились на первой ярмарке.

В: Что значит для Вас Ваша работа (деятельность)? Что Вам дала Ваша деятельность?

О: Это для меня как...я ей дышу на самом деле. Каждое утро я просыпаюсь с мыслью, что надо посмотреть, переделать, и засыпаю каждую ночь с мыслью о том, что надо там еще доделать. Я постоянно об этом думаю. Я даже сейчас с Вами разговариваю и думаю о том, что у меня дома лежат три заготовки загрунтованные и надо на них что-то нарисовать. Это постоянно в моей голове. А то, что оно мне дало... Я очень многим пыталась заниматься на самом деле: скрапбукинг, декупаж, расписывала джинсы, пыталась что-то лепить, но все это было на уровне хобби. А когда начала заниматься ловцами, оказалось мое. Я стала не то чтобы спокойнее, как-то... **это занятие что-то вроде медитации**. Плюс — это немного эзотерика, немного этника. Более глубинное. Ты начинаешь на мир немного по-другому смотреть, на людей. Чуть-чуть даже психология. Навыки психологии стали развиваться, ты разговариваешь с человеком, с заказчиком, ты начинаешь пытаться

- его понять, думать, как это выразить. Иногда даже по фотографии можешь сказать, какой характер у человека. Увеличивается наблюдательность. И увеличивается работа над собой. **Я начала переосмысливать очень многие вещи в своей жизни.** Мне кажется, я двигаюсь в правильном направлении. **Практически любой ручной труд через какое-то время, если человек вкладывает в него, он его тоже изменяет в лучшую сторону.** Те, кто занимается бисером, камнями, они становятся более наблюдательными, более спокойными, они видят краски по-другому. **Образовываешься вместе со своей работой.**
- В: Что является самым главным для Вас в Вашей работе? Ваш принцип работы?
- О: **Моя работа – это попытка себя самоорганизовывать.** И еще я стараюсь никогда не садиться за работу в плохом настроении. Лучше не надо. Я порисую. И когда настроение успокаивается, я начинаю работать. Рисование мое второе увлечение. Вообще заниматься только одним видом handmade – это не лучшая идея. Надо осваивать вокруг себя еще что-то, это всегда обогащает.
- В: Есть ли у Вас постоянные клиенты? (Как много, если есть?)
- О: Есть некоторое количество постоянных клиентов. А еще когда появляются постоянные клиенты, начинаешь на них ориентироваться. Я что-то делаю и понимаю, что эта вещь для какого-то конкретного человека. Но все равно стараюсь идти от своего настроения. Потому что если подгадывать, то это направление не в творчество, а именно попытка заработать. **Тут такая очень тонкая грань между тем, чтобы действительно получать вознаграждение за свое творчество и тем, чтобы работать на заработок. И когда твоя первая мысль – это сделать что-то, чтобы получить деньги, тогда что-то важное теряется. Не надо это ставить целью.**
- В: С момента начала Вашей деятельности расширился ли круг Ваших знакомств?
- О: Да
- В: Если Да, то пользуетесь ли Вы Вашими новыми знакомствами? Помогли ли они Вам в совершенно других областях жизни?
- О: У меня есть внутренний кодекс – есть люди, с которыми я могу обсудить все на свете. Но это касается самих людей, а не их сферы работы. Нельзя пользоваться людьми.
- В: Как Вы называете Вашу деятельность? Ручной труд, авторский, дизайнерский, handmade...?
- О: Ловцеплет (смех). В принципе все
- В: Как Вы относитесь к такому определению как handmade?
- О: С одной стороны, дело в языке, есть тенденция замены слов нашего языка словами из других языков. Handmade – это ручная работа, ручной труд. Но я понимаю, **когда мы употребляем модное слово handmade к чему-то это становится круче. А когда мы просто ставим ручная работа, мы почему-то вспоминаем бабушек, которые вяжут, хотя бабушки периодически очень неплохо вяжут. И из-за этого кажется будто мы это обесцениваем.** Не нравится, что лепят его где попало. Надо уже все своим языком называть.
- В: Считаете ли Вы себя сами handmaker? Почему?
- О: Нет. Я называю себя мастером.
- В: Что Вы подразумеваете под понятием handmade? (По надобности)
- О: **По идее ярлык handmade должен делать вещь дороже. Как-то отвечать за качество вещи.** Есть машинная сборка, есть ручная сборка. Мы считаем, что машинная – это человек сел и наклепал, а ручная – человек кропотливо сидел, делал. **Получается товар должен отвечать стандартам качества, пусть не ГОСТу, но человеческим стандартам качества: это будет красиво, функционально, надежно и крепко, с любовью для Вас.** В handmade очень любят крепить «С любовью», «С душой». Потому везде и пишут handmade. Проблема в том, что это относят не только к тому, что делается с любовью, с душой, а буквально ко всему. Я сейчас из салфеток сложу кораблик прямо сейчас и назову handmade. Руками? Руками. Хорошо? Плохо? Руками же. Сама же. Handmade.
- Handmade лепят на все: хорошо, плохо, красиво, качественно. Без разницы. Кому-то все равно на качество. Сделали и handmade. Для них handmade это все, что руками. И за то, что я потратила –дцать минут дайте мне вознаграждение.**
- Handmade – это средство для пиара, причем оно работает строго для конвейера.** То, что мастер действительно собирает сам, оно не настолько хорошо работает. Потому что по ценовой категории китайская игрушка с биркой handmade всегда должна быть дешевле и обычно дешевле, чем та же самая авторская игрушка даже без этой бирки. А для обычного покупателя обычно все просто: написано handmade – значит handmade, цена такая – значит такая. А почему у Вас другая цена? Этот-то зайка стоит дешевле. Все просто
- В: Согласны ли Вы, с тем что последнее время все чаще потребители гонятся за уникальностью товара, такого чтобы не как у всех, и находят это в изделиях ручного труда?
- О: Потребитель гонится за уникальностью товара, наверное, все время. Люди всегда искали уникальность. **А то, что сейчас обращаются к конкретно автору, это потому что сейчас идет перенасыщение товара. Люди ищут еще больше уникальности, в другом секторе. И как раз этот сектор – это авторская работа. Потому что уникальней дальше некуда.**
- В: Товары ручного труда обычно характеризуются уникальностью, оригинальностью. Ваш товар можно описать через эти понятия? Насколько это уместно, необходимо? Как Вы определяете уникальность Вашего товара (Если Да)?
- О: В идеале – да. В реальности все совсем не так. Все чаще всего характеризуется тем, что человек продумывает свою идею и его идея может быть не очень оригинальной. Кто сказал, что где-то еще не придумали таких 100 штук. По факту я позиционирую его как авторскую вещь, уникальную, а где-то таких уникальных штампуют.

Я может где-то это случайно подсмотрела, что-то скомпоновала. Среди своих вещей есть те, которые повторяются, и я знаю, что у других тоже такие есть. Есть очень ограниченное количество вещей, которые я знаю, что я таких не видела пока. **И это опять только пока, я не могу дать гарантию, что где-то нет чего-то похожего и до кого-то такая идея не дошла. Бывает до тебя доходит идея, но ты же ее не патентуешь. Идеи летают по воздуху на самом деле.** Я стараюсь, чтобы мои изделия были уникальны. **Уникальны мои руки и моя голова** (смех).

- В: Как Вам кажется, потребители продукции ручного труда используют ее более бережно относительно продукции массового производства? Есть ли разница в эксплуатации со стороны покупателей?
- О: **Это зависит от человека, его личное качество.** Есть те, кто относится к вещи ручного труда также как к остальным. А потом приходит к мастеру починить. Тут плюс видите в чем, если бижутерия сломалась, то покупатель ее обратно в магазин не отнесет, там не починят, он уже ничего не делает, а если сломалось авторское украшение, то он пойдет к мастеру, чтобы тот починил. У него есть контакт к кому обратиться, всегда по поводу какой-то неполадки вне зависимости чья вина. У этого есть и положительный ключ: есть возможность починить вещь. Обратная связь — это очень большой плюс для потребителя и для мастера. Мастер всегда может узнать, как его изделие поживает. Некоторые клиенты шлют фотографии. Можно через год поинтересоваться как себя ведет, чувствует, поживает, есть ли какие-нибудь проблемы. Есть вещи, про которые ты не знаешь, что с ней будет через год.
- В: Участвуете ли Вы в различных выставках со своими изделиями?
- О: Да, но в последний год очень мало. Сама не хочу. Кто-то ходит на ярмарки и в начале и дальше, потому что там его клиенты есть, его устраивает их покупательская способность, их пожелания. И этот мастер работает на них, ходит на ярмарки. Ловцы снов не так легко продать, они хорошо идут на заказ, а готовые уже не очень. Работы, которые мне интересно делать, там цена выше и найти своего клиента в городе довольно трудно, поэтому я ищу его по России через интернет. Поэтому я выхожу только на тематические ярмарки, например, этно фестивали, на тот фестиваль, где есть моя целевая аудитория.
- В: Как Вы думаете, по какой причине существует спрос на изделия ручного труда, ведь масс-маркет может всех обеспечить?
- О: **Уникальность и индивидуальность. Какой бы широкий масс-маркет не был, ты всегда ищешь что-то особенное.** По масс-маркету искать что-то тяжело, все равно все замыливается, по факту все почти одинаковые. Тогда обращаются к мастерам. Их работы можно просмотреть, фактически не выходя из дома, через интернет. **Мастер всегда пойдет на встречу, в отличие от магазина.**
- В: Как Вам кажется, какая основная цель у посещающих ярмарку мастеров, выставки с товарами ручного труда – настроение, ощущение праздника или покупки, конкретный товар?
- О: Поглазеть, посмотреть, что нового. Как в цирк, как в кино. Они сейчас стали так часты, что ты пойдешь лучше посмотреши. Если что-то понравится, возьмешь контакт, будут финансы – купишь. Но особо за покупкой человек не идет.
- В: Скажите, пожалуйста, какой у Вас основной род деятельности в настоящее время?
- О: Не трудоустроена
- В: Ваше образование?
- О: Высшее, лингвист ТГПУ
- В: Сколько Вам лет?
- О: 30

Интервью 4

Продолжительность интервью 52 минут; Дата интервью 4.05.2016

- В: Вы занимаетесь ручным трудом. Расскажите историю Вашего дела? Как Вы стали этим заниматься? Кто Вас в этом поддерживал?
- О: Давно это все начиналось. У меня все связано с тем, что у меня и мама и бабушка любят бижутерию. И так сложилось, что я сама этим занималась и мне это нравилось, и бисером я со школы увлекаюсь. Потом начала ремонтировать для своих родных и где-то с года 2009 я уже делаю вещи на заказ на продажу, по различным интернет-форумам продавала свое творчество. Сейчас это основной мой доход, и я где-то уже больше года как индивидуальный предприниматель. Семья поддерживает, когда было необходимо поддерживали и финансовыми влияниями. Я с ними все это обговаривала. Особо никаких таких препятствий не было. Друзья поддерживали. Даже те, кто не покупает, есть такие особые фанаты, которые знают, которые следят.
- В: Какие перспективы развития Вы видите для себя?
- О: Я вижу больше для себя на переход на какие-то дорогие вещи. Все сейчас хотят уйти в сектор люкса, но не всем он дается и это сложно. Но этот рынок, он сейчас довольно динамичный и не так сильно пострадал, как все остальные даже от того же кризиса. Т.е. возможно я буду переходить на какие-то выставочные форматы, мастер классы делать, печатные варианты стараюсь готовить. **Сейчас пошел рост мастеров на фоне того, что сейчас люди потеряли свою работу и тоже думают, чем заняться, а это сейчас активно пропагандируется. А я наоборот в этом негатив определенный вижу: это сильно сказывается на общем качестве ручной работы и на имидже тех, кто давно этим занимается. Многие сейчас к творчеству стали подходить именно «сколько я на этом заработаю». Но это абсолютно неправильный подход, абсолютно.** И увы это и за рубежом сейчас точно также. Я подписана на многие рукодельные зарубежные сайты и

рассылки, у них идет прям откровенно пропаганда и они больше зарабатывают продажей обучения, мастер классов, видео tutorial различных. У них это уже на потоке, у нас сейчас весь этот бизнес в рукодельной сфере только начинает настолько мощно давить и все думают, что на этом можно действительно заработать, но это абсолютно ошибочное мнение. Есть те, кто зарабатывает на этом, но никто не скажет о тех, кто провалился, потерял кучу денег на этом. Процент тех, кто выплыл очень низкий. Очень многие пробовали, очень многие начинали, особенно те, кто в декрете, например, оказался. Стоит им только выйти из декрета они практически все бросают. Очень малый процент тех, кто продолжает этим заниматься много лет и на самом деле это здорово, что такие люди есть. Так они отсеиваются, как в любом деле. Проще намного продавать готовые продукты, ты знаешь готовый рецепт, ты знаешь, как продать. Но это все уже умеют, бум прошел. **И все почему-то двинулись в handmade. Одно время тоже был такой бум (handmade), и это было на фоне как раз кризиса 2008-2009 годов. Вот прошлый кризис если вспомнить был просто огромный бум на сайты, которые предлагали «о! мы сделаем Вам идеальные условия! Через нас Вы будете продавать Ваши работы» это в те 2-3 года, в тот промежуток времени, тоже был такой ажиотаж, но он угас и все эти сайты практически не существуют.**

В: Является ли это занятие единственным для Вас? Или оно идет параллельно с другой работой?

О: У меня есть определенные подработки, я занимаюсь контент-менеджментом, подрабатываю тайным покупателем. Они не стабильны, но они есть. Плюс есть организация ярмарок. Официально я ни где не работаю.

В: Есть ли среди Вашего окружения знакомые/друзья, также изготавливающие вещи с помощью ручного труда?

О: Да.

В: Что значит для Вас Ваша работа (деятельность)? Что Вам дала Ваша деятельность?

О: **Прежде всего комфорт. Это самое главное к чему я всегда стремилась – это знать какие-то определенные планы на будущее, они всегда есть. Всегда приятно этого добиваться. И все-таки состояние комфорта: ты работаешь в том графике, в котором тебе удобней, ты работаешь с теми людьми, с которыми тебе приятно. Весь коллектив, хотя он тоже не стабильный, приходят – уходят люди, но при этом у меня хорошие отношения с большим количеством мастеров и мне именно в этой среде хорошо. Точное есть осознание, что я буду заниматься этим.**

В: Что является самым главным для Вас в Вашей работе? Ваш принцип работы?

О: В последнее время я стараюсь делать то, что интересно именно мне и практически не работать на заказ. Я редко какие вещи, если мне сильно интересно, то я могу что-то подобное сделать или повтор каких-то старых работ. Но все равно, во-первых, именно самореализация каких-то идей, во-вторых, часто бывают интересные проекты. Т.е. почему я не отказываюсь от заказов, потому что клиент может подсказать какую-то идею, которая никогда бы к тебе в голову не пришла, дать какое-то сочетание интересное, которое ты бы сам не придумал, да и в принципе сам бы не попробовал. У меня был эпизод, когда заказали вещь и там был бисер бронзовый и под золото. Дикость вообще. Обычно сочетать два металла считается чем-то вульгарным, но мы в итоге сделали настолько красивую вещь, что любой мужчина сказал бы «вау, как круто, как неожиданно». Необычные какие-то решения – это самое приятное во всей этой работе.

В: Есть ли у Вас постоянные клиенты? (Как много, если есть?)

О: Да, конечно. Вообще считается, что их не должно быть много. Но при этом, когда клиенты становятся как хорошие знакомые или хорошие друзья, я только рада, что эти люди ко мне стабильно обращаются. Я знаю, что им нужно, я знаю с какой стороны к этому подойти. Это обычно очень низкий процент клиентов, но это самые благодарные, с самой большой отдачей, самые лояльные, самые клевые.

В: С момента начала Вашей деятельности расширился ли круг Ваших знакомств? (Или покупатели только покупателями и остаются?)

О: Да, значительно. Здесь сыграло то, что я работала в свое время в разных магазинах товаров для творчества. Т.е. получилось, что я большое количество мастеров знала именно благодаря своей работе. Плюс, я в интернете крайне активный пользователь. У меня круг знакомых всегда был большой, но именно после того, как я пришла в рукодельную сферу, я поняла, что это те люди, которых действительно много, с которыми интересно пообщаться. И с каждым годом действительно становится больше и больше.

В: Если Да, то пользуетесь ли Вы Вашими новыми знакомствами? Помогли ли они Вам в совершенно других областях жизни?

О: Да. Могут помочь от совета по выбору одежды, до того, что нам помогали оформлять это кафе («На счастье»). Был эпизод, когда мы красили эту стену, художница делала карандашный рисунок, заходит пара и говорит: «А можно вам помочь?». Те люди, которые варятся в этой каше, они всегда готовы помочь. **Даже спрашивать не надо, тебе сами все посоветуют (смех). Вплоть от помощи с заполнением налоговой декларации, до каких-то моментов, например, отвезти кого-то срочно.** Насколько дружное сообщество, в рамках которого любые просьбы они приемлемы. Примерно тоже самое я наблюдаю в различных craft сообществах, там есть чат человек на 50 и всегда знаешь, что там можно спросить совета. И это нормально. Я считаю, что так и должно быть на самом деле.

В: Как Вы называете Вашу деятельность? Ручной труд, авторский, дизайнерский, handmade...?

О: Я стараюсь называться именно как дизайнер бижутерии больше, потому что поскольку за рубежом приходится часто общаться с мастерами, они все идут как jewelry designer, а там уже идет разделение на какой именно, с какого материала. **У нас в русском языке нет слова «бисероплет» нормального, адекватного, а у них**

jewelry designer. Украшения – ключевое. Я стараюсь с разными материалами тоже работать. Больше дизайн украшений.

В: Как Вы относитесь к такому определению как handmade?

О: Лишь бы его писали правильно (смех). **На самом деле в русском ручная работа – это тоже странно. У нас крайне негативное отношение к слову «ремесленник» почему-то.** А за рубежом есть четкое разделение: есть craft, есть handmade. Я считаю, я craft. Потому что craft – это то, чем ты зарабатываешь на жизнь, handmade – это, когда нечем тебе дома заняться, ты сидишь такая несчастная домохозяйка и себе чего-нибудь на – handmade – ишь. Если перекладывать на нашу реальность, девушки, которые занимались там, златошвейки были, в каких-то солидных домах вышивали подушечки там – это handmade. Когда ты занимаешься чем-то, работаешь с клиентом, получаешь за это деньги – это все-таки уже craft. Это уже дело. Это грань между хобби и работой.

В: Считаете ли Вы себя сами handmaker? Почему?

О: Нет.

В: Что Вы подразумеваете под понятием handmade? (По надобности)

О: Это слово заезженное. Больше негатива вызывает само слово handmade. И зачастую это идет как ручная работа, а на самом деле это просто ручная сборка китайских деталек. Я отношусь негативно. Это для того, чтобы продвинуть товары, как писать «натуральные продукты», «не содержат ГМО». Маркетинг, причем крайне заезженный. Высоким мастерам не нужен такой ярлык, их продукты говорят сами за себя. Хотя люди на ярмарках стабильно задают вопрос: «А это правда ручная работа?». Ну а какая??? Они привыкли видеть перекупчиков, они не доверяют этому лейблу уже именно за счет того, что это везде и всюду это недоверие оно растет. Я не верю тому, что мастер может за полгода – год научиться делать действительно потрясающие вещи. У всех мастеров своя история, зачастую очень долгая как они до этого дошли, каждый нашел свою дорожку, этого нельзя добиться просто кого-то копируя, есть те, кто пытается, пытается войти в какой-то тренд, делает однотипные вещи, но они тоже долго не протянут. **У нас нет ограничений в одного человека, т.е. нормально с кем-то сотрудничать:** один делает стеклянные бусины, другой эти стеклянные бусины оплетает в проволоку. И это очень частое явление в нашей среде. Даже есть отдельные темы в нашей среде «Ищу напарника». Есть те, кто делает деталки, а есть те, кто из этих деталек что-то делает. И получается, и первый человек выложил полностью, и второй. Кто-то выпилил камни, кто-то их расписал, кто-то оформил этот камень в текстиль, кожу, бисер и получилось еще круче.

Некоторые могут обидеться, если их назвать ремесленником, потому что они путаются, а четкого разделения нет, нет четкой терминологии ни в техниках, ни в этом разделении. А за рубежом есть – в Штатах, в Великобритании.

Handmade – выполняется одним человеком, это хобби, Вы делаете это в одного для себя. Опять же тонкая грань, если ты делаешь в одного, но не для себя, это уже может быть и craft. Когда начинается наемный труд, когда начинается прочее – это всегда craft. Всевозможные артели, сообщества - это уже не handmade. Handmade – это когда у тебя может быть много крутых инструментов, но ты делаешь это для себя, в удовольствие, оформляешь скраб-альбомы со своим ребенком, мужем.

В: Согласны ли Вы, с тем что последнее время все чаще потребители гонятся за уникальностью товара, такого чтобы не как у всех, и находят это в изделиях ручного труда?

О: Однозначно да. Не могу сказать насколько чаще они стали за этим гнаться, но те, для кого это принципиально, они все покупают вещи ручной работы. Более того те, кто сами занимаются изготовлением вещей ручной работы они самые благодатные клиенты, потому что они ценят ручную работу, они знают сколько сил, сколько времени туда вложено. И они предпочитают именно такие эксклюзивные вещи. Они могут мечтать о них, но не могут себе их позволить. У нас есть примеры платьев за 200 тыс. И ты думаешь: «Может быть я накоплю денег и куплю платье, но ты четко знаешь, что возьмешь именно у этого мастера». Даже если они их не носят, они все равно потенциальными клиентами являются все. А поскольку теперь handmade-ров как собак не резаных, соответственно все тянутся к handmade, может на этом оно завязано. Т.е. **рост популярности эксклюзивных вещей за счет роста популярности самого handmade, почему нет?**

В: Товары ручного труда обычно характеризуются уникальностью, оригинальностью. Ваш товар можно описать через эти понятия? Насколько это уместно, необходимо? Как Вы определяете уникальность Вашего товара (Если Да)?

О: Я знаю тех, кто так называет, но я стараюсь так не называть. Был период, когда все как один в заголовках писали «эксклюзивные», «уникальные», «индивидуальные». Но я этот период прошла, не работает это больше. **На эксклюзив никто уже не ведется. Люди настолько уже закормленные этим.** Но они четко видят уже, разборчивость клиентов стала на порядок выше, хотя это очень сильно разнится по городам. **В Томске это сейчас бум и нас надо отдельно от всех, можно сравнить с Москвой и Питером,** к примеру, еще с парой-тройкой городов, где такой же пик был в свое время. В то же время, если приехать в Краснодар и посмотреть, что там продается на улице – это будет кошмар просто. Там в разы ниже уровень, где-то только начинают. **А у нас в городе были в свое время магазины, которые поставляли товары для handmade чуть ли не по всей стране, этим магазинам больше 10 лет многим, а в остальных городах этот бум совпал как раз тогда, когда проще стало заказывать из зарубежа.** Последние максимум лет 5. И сама традиция проведения каких-либо ярмарок в некоторых городах только развивается, мы просто общаемся с Тюменью с мастерами, они говорят: «Нет такого, сейчас вот только начали выходить на улицы, что-то предлагать,

торговать». Многие по несколько человек на одном столе стоят. Хотя у нас сейчас такая ситуация: нас позвали, мы все свое собрали и выехали. Практически у всех есть свое оборудование, народ подвижный и нормальный. Т.е. **в остальных городах ситуация абсолютно другая и Томск сравнивать в целом со всеми остальными не стоит.** А в Томске так дело пошло, потому что город молодежный. Молодежь всегда сама занимается, приезжает из других городов и из других стран. Они знают, как это в других местах бывает. Там, где молодежь, там всегда концентрация бурного креатива, наверное, поэтому на Питер очень и похоже, отчасти на Москву. В Томске в свое время это начинали именно такие люди, которые на тот момент были крайне веселыми и молодежными, которые сами этим горели, они этого хотели. И естественно они начали это популяризовывать. И отчасти сыграло то, что **у нас есть отдельный анклавчик с интернетом, который всегда у нас был, и все эти сообщества у нас сформировались намного раньше, чем в целом по стране.** Можно относиться с определенной степенью негатива к мамским форумам, но sibmama.ru и mama.tomsk.ru они в свое время действительно были чуть ли не топовыми именно не в городе, а по стране. На sibmama.ru сидели разные люди с разных городов. Даже те, кто не мама. Я многих знаю именно оттуда, при этом у меня нет детей, но я там сижу. Там просто концентрация материала. **Почему-то форумская жизнь, эта тусовка она в Томске всегда была.** Форумы очень активные и среди Аниме культуры и среди музыкантов и проч. Различных сфер и кино клубы всевозможные. Возможно еще это сыграло. По всей остальной стране это только начинает набирать обороты и качество handmade крайне низкое. Благодаря интернету ты можешь и критику получить на свои работы, и продавать их спокойно. Но бум как такой мне кажется еще будет.

В: Как Вам кажется, потребители продукции ручного труда используют ее более бережно относительно продукции массового производства? Есть ли разница в эксплуатации со стороны покупателей?

О: Из своих примеров есть пример бережного отношения. Но я сказала бы, что в основной массе да. **Зачастую это любимые вещи. А к любимым вещам отношение всегда особенное, поскольку ко мне потом приносят на ремонт украшения и для многих это трагедия:** «А мой ребенок сломал/ кошка случайно разбила». Поэтому я думаю, что да, более бережное. Это зачастую дорогие вещи. Не всегда любовь к вещам ручной работы = благосостоянию. Покупатель может долго копить на какую-то вещь и относиться к ней с особой бережностью. Но опять же по-разному, есть те, кто вещь и вещь.

В: Участвуете ли Вы в различных выставках со своими изделиями?

О: Выставки – стабильно. А ярмарки – формат уже не подходит. Раньше я их устраивала, организовывала, подавала списки. Крупных ярмарок давно уже не делаю.

В: Как Вы думаете, по какой причине существует спрос на изделия ручного труда, ведь масс-маркет может всех обеспечить?

О: **Люди любят отличаться,** наверное, это главный критерий. Найти вещь для себя либо заказать вещь, которую ты хочешь, поскольку выбор всегда большой и у нас абсолютно нормальная практика, когда кто-то приходит спрашивает у кого что-нибудь подобное можно купить, заказать. Т.е. если наладить такой вот адекватный стол заказов, то заказы будут стабильно. Эти заказы всегда есть и людям надо срочно. И как правило мастера в погоне за этой последней копеечкой готовы работать срочно, готовы работать внеурочно, ночью тебе подарок нужно будет найти. Особенно это ощущается в новогодние предпраздничные моменты, когда звонят абсолютно незнакомые люди либо пишут: «Где срочно купить вот это?». И ты уже как справочная, потому что лично всех знаешь, отвечаешь: «Напиши вот этому человеку». Это касается пошива одежды, аксессуаров в прическу на прокат, визажистов, фотографов. Страна советов у нас в этом плане работает. Людям нужно срочно, и чтобы с перламутровыми пуговицами. Это мы можем, а в магазинах, надо обойти их множество, потратить кучу времени, чтобы найти то, что ты хочешь, а здесь сразу нашел. **Срочность и клиентоориентированность.**

В: Как Вам кажется, какая основная цель у посещающих ярмарку мастеров, выставки с товарами ручного труда – настроение, ощущение праздника или покупки, конкретный товар?

О: В последнее время с покупками все сложно. За покупками они конечно идут, но все равно четко знают какую сумму потратят. **Есть люди, которых я стабильно вижу на каждой ярмарке, для них это уже как какой-то ритуал – прийти, пообщаться, поздороваться, посмотреть твои новинки.** А вот те, кто конкретно идет за покупками на ярмарку, они настолько разные, случайные, что их даже прогнозировать, понять кто эти люди до сих пор сами не можем. Целевая аудитория настолько разнообразная. Это могут быть и школьники, и студенты, и бабушки, которые непонятно каким образом попали, это могут быть мужчины, которые пришли за украшениями. Мы пытались это понять, это самый сложный вопрос – понять целевую аудиторию. Зачастую она зависит от места проведения очень сильно. Проводишь в разных торговых центрах, нарываешься на разных клиентов. Та же 1000 мелочей стоит в центре города, но почему-то туда сплошняком рвутся бабушки какие-то мимоходящие. В ЦУМе уже другие, либо высоко оценивают: «Это заверните и это тоже, а вот это отложите, наличка закончилась, сейчас вернусь», либо они просто мимо тебя прошли. В Изумрудном очень много семейных парочек, беременных можно сидеть считать. Они все разные, очень сильно влияет место. На улице иностранцев много, они идут мимо, они гуляют, они также могут подойти пообщаться, если они четко знают, что каждые выходные ты будешь стоять в этом ряду. Но надо быть морально готовым, что тебя спросят по-английски, а то и вообще не по-английски. Были случаи с глухонемыми общались записочками, ценники показывали. Публика очень специфична всегда. Никогда не знаешь с кем ты будешь общаться завтра.

В: Скажите, пожалуйста, какой у Вас основной род деятельности в настоящее время?

О: Индивидуальный предприниматель
В: Ваше образование?
О: Высшее, ТГУ ГГФ
В: Сколько Вам лет?
О: 30

Интервью 5

Продолжительность интервью 1 ч 6 минут; Дата интервью 5.05.2016

- В: Вы занимаетесь ручным трудом. Расскажите историю Вашего дела? Как Вы стали этим заниматься? Кто Вас в этом поддерживал?
- О: Я человек беспокойный по жизни. Мне всегда не хватало какого-то творчества. У меня профессия сама творческая – я режиссер театральный по образованию. И соответственно семья у меня такая вся. И сколько я себя помню где бы я ни работала, где бы я ни училась, чем бы я ни занималась, я всегда делала что-то руками. Так сложилось, что получается много самостоятельно обучаться и это приносит хороший результат. В итоге я почему-то пришла к созданию украшений. Хотя я не знаю почему так произошло до сих пор. Где-то кто-то подсказал, где-то кто-то направил. Давно мне хотелось бисером заниматься. Очень мне нравились этнические украшения из бисера. И я подумала: «Почему я не могу начать это делать?». Попробовала – получилось. И у меня практически сразу начали покупать. 2 года я в этом. Я слава Богу окружена хорошими людьми и все близкие мне люди видят во мне творчество и с подачей одной моей подруги я начала это делать, которая так же всю жизнь себя ищет, не знает кто она что она, и она пробует все по очереди. Муж меня поддерживает, лепит вместе со мной коробочки для украшений.
- В: Какие перспективы развития Вы видите для себя?
- О: Я пыталась об этом думать, но пока не представляю точно во что это может вылиться, потому что я пока имею работу основную и это довольно-таки сильно тормозит развитие бизнеса любого. 2 через 2 по 12 часов – остается 2 дня на все про все. И когда очень много заказов я тяжело справляюсь. Я читала много пишут тоже мастера надо помощников искать, чтобы расширялся бизнес. Но если вязать браслеты, это может быть кто-то, с меня надо будет взять заказ, придумать дизайн и отдать помощнику, который будет это вязать. А очень часто у меня есть такие украшения, которые не позволяют этого делать. Например, когда делается браслет авторский из бисера, там мало просто нарисовать и отдать. Нужно самому делать. Часто бывает ты придумал какой-то элемент, а потом неделю думаешь над вторым. Это очень сложный процесс. Иногда по три недели на это тратишь. И пока у меня в голове не сложился бизнес-план. В идеале, конечно, хотелось бы иметь свою студию, мастерскую с магазином возможно. Все мы мечтаем о чем-то таком, о каком-то деле хорошем.
- В: Является ли это занятие единственным для Вас? Или оно идет параллельно с другой работой?
- О: Есть работа. Администратор в «Звезде кино»
- В: Есть ли среди Вашего окружения знакомые/друзья, также изготавливающие вещи с помощью ручного труда?
- О: Да. Я бы не сказала, что мы все дружим. Я совсем недавно всем этим занимаюсь, с мастерами непосредственно совсем недавно познакомилась. Я впервые приняла участие в выставке. (Драгоценный силуэт). Это вообще мой первый опыт. Дружба, думаю, вся в перспективе. Среди моих друзей близкая есть девочка – занимается полимерной глиной – ложки делает с всякими вкусняшками на конце. Она по образованию дизайнер. Работает там же у нас и делает потрясные ложки.
- В: Что значит для Вас Ваша работа (деятельность)? Что Вам дала Ваша деятельность?
- О: **Самореализацию. Я как человек с творческим образованием, с таким видением и с такой простой работой...мне требуется какой-то выплеск. Ищешь пути для творчества.**
- В: Что является самым главным для Вас в Вашей работе? Ваш принцип работы?
- О: Сложно сказать. Нет никаких принципов, особенно на начальном этапе. Хочется стремиться к качеству, но в самом процессе обучения не всегда это получается. Украшения в итоге получаются практически в единственном экземпляре с моим дизайном. Не все, конечно, многие заказывают очень универсальные вещи, такие как серьги-кисточки, очень трудно туда внести что-то новое. Мне нравится, что я могу делать и что-то универсальное и уникальное. Но когда делаешь уникальные – делаешь по максимуму.
- В: Есть ли у Вас постоянные клиенты? (Как много, если есть?)
- О: Уже да. Это пока меньший процент. Но на данный момент я считаю это много.
- В: С момента начала Вашей деятельности расширился ли круг Ваших знакомств? (Или покупатели только покупателями и остаются?)
- О: Можно сказать, и так. Друзьями мы с моими покупателями не стали, но я и не считаю, что это всегда и нужно.
- В: Если Да, то пользуетесь ли Вы Вашими новыми знакомствами? Помогли ли они Вам в совершенно других областях жизни?
- О: Есть такой пример. Но он больше относится к моим прошлым знакомым, но на фоне моего творчества мы стали ближе, и они хотели мне помочь. С улицы, там с Инстаграмма написал, и мы стали такими знакомыми – нет. Но, как пример, мой логотип мне помогли разработать как раз та девушка, которая ложками сейчас занимается. Она очень долго присматривалась ко мне, все наблюдала за моими успехами. И потом в один прекрасный момент сказала: «Я хочу у тебя сережки заказать». Я ей говорю: «Хорошо, какие?». Мы с ней обсудили все. Я ей сделала их. Я на тот момент начала делать такие коробочки. Когда кисти шелковые делаешь, они начинают путаться и мнутся, если их неаккуратно положить. И их надо в чем-то уже наконец

хранить, нужно делать какую-то упаковку для этого всего. Я сделала коробку простую белую, они и сейчас простые белые, просто сейчас они с логотипом. И там я что-то от руки писала, орнаменты рисовала. И я ей принесла, и она мне говорит: «Я хочу тебе разработать фирменный стиль». Я обрадовалась, но я представляю каких это денег стоит. С нуля придумать название, придумать логотип, придумать цветовую гамму – это вообще сложно очень. И она мне говорит: «Ладно, я тебе просто так, просто по знакомству, мне самой интересно это сделать с тобой». Тогда я подарила ей эти сережки. А она мне сделала фирменный стиль. Мы три недели с ней мучились, изобретали велосипед. В итоге это вылилось в это. И мы с ней теперь работаем бартером – я ей делаю украшения, она мне заказывает визитки, штампы.

В: Как Вы называете Вашу деятельность? Ручной труд, авторский, дизайнерский, handmade...?

О: Вообще я называю это «поковыряться с бирюльками» (смех). Я самокритичная очень. Я не люблю громких слов. Ручной труд мне кажется это нечто другое, это ближе к столярному какому-то делу, для меня лично (смех). Это все можно так назвать, но сказать, например, что я дизайнер украшений (я пишу так в инстаграмме), но я себя таковой еще пока не считаю. Мне кажется нужно нечто большее, больше объема. **Дизайнер – это тот, кто задумал коллекцию и ее воплотил. И вот она есть и вот вы – дизайнер этой коллекции.** А я делаю больше на заказ. Только сейчас через 2 года я стала что-то придумывать и это реализовывать. Но это пока опасная штука. Очень часто эти работы «в стол». И потом получаются такие выставки где все, что было, все приносишь и не известно купят или нет. Если будет репутация, узнаваемость, тогда, конечно, купят. Есть пример такой в Томске, человек давно работает над этим, у него есть свой стиль узнаваемый, спрос очень хороший, потому что в струю человек попал, понимает, что нужно покупателям, там конечно большой спрос, там большая цена на эти украшения, но все равно я так наблюдаю за этим человеком в инстаграмме, смотрю раз-раз-нет – распродажа, 70% скидки, это показатель того, что все-таки много вещей, которые просто лежат в столе и от них нужно избавляться, проходит мода, проходят цвета.

В: Как Вы относитесь к такому определению как handmade?

О: Нормально. Я не противница американских слов. Потому что **как бы нам ни хотелось свою культуру возвысить и поддержать это сейчас очень удобно, коротко и ясно. Не нужно лишних объяснений. Handmade и все.**

В: Считаете ли Вы себя сами handmaker? Почему?

О: Да, как одно из вариантов.

В: Что Вы подразумеваете под понятием handmade? (По надобности)

О: **Я для себя не разделяю ручной труд и handmade.** Сейчас в Томске открылась галерея томских мастеров - Орнамент, туда заходишь, там слон во всю стену деревянный и бабушка из бумаги режет какие-то картинки, кто-то делает из труб канализационных крутит лампы – и это все handmade. Этим слово-то и удобно. **Любой человек, который взял своими руками что-то придумал, сделал – это handmade.**

В: Согласны ли Вы, с тем что последнее время все чаще потребители гонятся за уникальностью товара, такого чтобы не как у всех, и находят это в изделиях ручного труда?

О: Да. Сейчас очень модно это почему-то. **Во-первых, тут таким забавным образом складывается, что видимо в этой ситуации спрос рождает предложение.** Потому что еще скажем 5 лет назад среди моих знакомых практически никого не было кто делал это, какие-то вещи своими руками. Уже **сейчас это делает каждая 6 женщина, наверное, или каждая 5, которая ушла в декрет, например, или потеряла работу.** У людей есть способности, есть время на это и фантазия, творчество и как-то так сложилось, что параллельно люди стали понимать, что это классно. Не само собой, наверное, этот спрос, а потому что много вариантов и люди понимают, что можно зайти купить бижутерию, иногда еще и дороже ручной работы, и она много еще у кого будет такая же. **А сейчас есть возможность сделать то, что хочешь ты, и то, что будет только у тебя, и даже можно в единственном экземпляре. Даже у меня были такие заказы, просили, чтобы у него и ни у кого больше такого не было. Да и в принципе, когда что-то делаешь своими руками трудно повторить.** Даже те же кисточки, это могут быть другие дужки, другие шапочки. Они будут отличаться. А что касается вышивки бисером – это вообще, как стежок ляжет. Не бывает вообще похожих работ. Мне нравится делать украшение под человека. Чтобы люди посмотрев на него, поняли, что оно именно для них. Это вообще высший пилотаж. Иногда у меня это получается.

В: Товары ручного труда обычно характеризуются уникальностью, оригинальностью. Ваш товар можно описать через эти понятия? Насколько это уместно, необходимо? Как Вы определяете уникальность Вашего товара (Если Да)?

О: **Я как уже говорила, мне формулировка ручной труд режет уши, хотя, казалось бы, это тоже handmade, только по-русски. Но оно какое-то тяжелое понятие. Это со стамеской, с ковальней, сковать меч – ручной труд, на мой взгляд.** Русский язык, он вообще тяжеловесен. Наверное, поэтому у меня какие-то такие ассоциации. Поэтому я бы себя так не назвала. Мне кажется это все так пафосно. Нужно проще к этому относиться. В основном это рекламный ход. **Говорить об уникальности должен не мастер, а клиент.** И иногда вообще не стоит об этом говорить, достаточно посмотреть на человека, который видит свое украшение. Все только ради этого и делается, когда ты отдаешь украшение, а у человека такая реакция (открытый рот, распахнутые глаза). Это как в театре аплодисменты в конце спектакля. **А говорить насколько это уникально – это все дешевая реклама.**

В: Как Вам кажется, потребители продукции ручного труда используют ее более бережно относительно продукции массового производства? Есть ли разница в эксплуатации со стороны покупателей?

- О: А вот я не спрашивала у своих заказчиков. Тут еще такая вещь играет роль: многие мастера, которые делают такие вещи, они дают сопровождение о том, как с ним нужно обращаться. **Мне кажется, от этого очень многое зависит. Если там будет написано «не ронять, не мочить, не подвергать прямому солнечному воздействию», тогда это будет бережное отношение.** Люди же разные. Есть те, кто к любому украшению относятся бережно, есть те, кто нет. Надо поспрашивать у своих, как они к ним относятся.
- В: Участвуете ли Вы в различных выставках со своими изделиями?
- О: Только первый опыт был на Драгоценном силуэте. Я только стала светиться на таких мероприятиях. Это и не было моей самоцелью. На эту выставку меня пригласили, для меня это было неожиданностью. У меня была самая маленькая витрина, да и покупок у меня было само меньше – всего двое сережек купили. Я это расцениваю как опыт. Участвовать в ярмарках в торговых центрах где-то я не хочу пока. Потому что если бы я вязала простые браслеты, то я бы связала их 20 штук и пошла продавать. Мне же нужно было бы их продать. Но так как у меня нет таких вещей, то нет. Такие ярмарки отнимают деньги, время и на них очень важен опыт продаж. А еще очень зависит все от того какое украшение ты продаешь. Меня сейчас пригласили в Орнамент выставляться, тоже случайно совершенно, тоже по знакомству, увидели мои сережки, и директор Орнамента сказал: «Мне нужны такие же» и позвала меня на встречу. Я выставляю туда только те украшения, которые у меня давно лежат и пока не нашли своего покупателя. Такие вещи имеют место быть. Но стоять на ярмарке...мне жалко, если честно, мастеров. Они, во-первых, устают. А, во-вторых, когда видишь лавку с красивыми украшениями, действительно красивыми, и их много, думаешь, человек делал делал, а сейчас как на рынке это все продает. Меня это коробит. Может я через три года тоже наделаю столько всего, что это не продается, и мне тоже придется купить место на этой ярмарке и там сидеть целыми днями.
- В: Как Вы думаете, по какой причине существует спрос на изделия ручного труда, ведь масс-маркет может всех обеспечить?
- О: **Как я уже говорила, один из вариантов – это то, что есть, что посмотреть.** Если бы не было столько вариантов украшений, ручной работы, было бы меньше интереса. Но я думаю, что **культура растет** в нашей стране, слава Богу, что мы не деградируем. Я сравниваю, я 7 лет назад работала в молодежном центре. Мои родители занимались профилактикой употреблений различных средств. Был такой формат – мы разрабатывали планы по пропаганде здорового образа жизни. Мы ходили по школам, общались с подростками как плохо пить, курить, употреблять наркотики. Проводила ликбез, что такое ВИЧ, что такое СПИД. Я занималась направлением досуговым таким, я больше заведовала массовыми мероприятиями, начиная от лекций и заканчивая районными мероприятиями с концертами огромными. И я сравниваю сейчас тот период, когда курение и алкоголь считались нормальной вещью среди детей от 11 лет. Они все знали, что это, как это и пробовали уже. Мы проводили разные опросы и мнение спрашивали. А сейчас тенденция такая, что все стремятся к здоровому образу жизни. И те же самые дети, которые в 11 лет попробовали курить и пить, они сейчас следуют этому пути, мода это или самосознание проснулось. Прогресс очевиден от шприцов, валяющихся везде на улице в моем детстве и теперь все на велосипедах, на роликах.
- Мне так же кажется и в культуре. Сейчас больше людей стремятся в театры, на выставки, на концерты, клубы беднеют заметно.** Однажды я была в музее краеведческом, и там были выставлены предметы одежды, украшения, и в моей голове появилась мысль, это по сути был первый шаг к пути создания украшений из бисера, выставленные украшения тоже были из бисера, и они были древние, очень. Я посмотрела на них и подумала: **«Такое не стыдно передавать из поколения в поколение». И это просто бисер. Даже не драгоценный камень.** Аутентично. Винтажно. И это сейчас еще по кругу в моду сейчас входит. И тогда был первый звоночек «Вот оно». Это же кто-то сидел, это сейчас можно найти схему, программу. Не затрачиваясь. Набрал и вяжешь сидишь. А люди придумывали рисунки, у них не было электрического света, никаких приспособлений, но они все это делали, вышивали и это до сих пор так красиво! **Появляется ощущение, что это драгоценность, что это труд, очень большой. И в принципе у моих заказчиц такое же ощущение возникает, когда они видят браслет «Господи! Сколько ты это делала?! Как у тебя хватило терпения?!».** У них нет понимая сколько это делается, как это делается, тяжело ли это, сложно ли. Просто есть ощущение, что какой-то кропотливый тяжелый труд. **И так как люди стали в этом немножко понимать, то, наверное, у них в головах что-то похожее возникает, что такое можно передавать по наследству.** Что какой-то человек это придумал сидел и вкладывал туда душу свою, не только фантазию. Когда я три недели сижу с одним украшением, оно из меня душу вытаскивает по полной программе, прям солидный кусок. Наверное, это ощущается от украшения. Переворачивается в головах у людей немножко. Бессмертный полк – из той же области.
- Есть детская бижутерия, есть взрослая. **И когда человек что-то носит уже ручное шанс, что он пойдет в масс-маркет и что-то купит намного ниже.** У меня подруга каждый месяц покупает. Она в моих украшениях и на работу ходит и везде. «Юля, тебе не надоело еще? Они же блестят». Я себе такое не могу позволить. Это же еще дело стиля. В обычной жизни я не ношу практически свои украшения, только если куда-то выхожу. Она их каждый день носит. И каждый месяц просит новый цвет. Ей идет это конечно. И я думаю, что, наверное, она уже никогда не пойдет в магазин бижутерии и не будет ничего там покупать.
- И еще очень многое собственный стиль значит. Меня часто спрашивают почему я свои украшения не ношу. Я их ношу, но не каждый день. Я считаю, такие вещи не надо каждый день носить в рамках моего стиля, конечно, я придерживаюсь больше классического стиля. Это как раньше люди носили 10 золотых колец, серебро с золотом. Когда-то это было показателем статуса и финансового благополучия. Сейчас модно носить

бижутерию. **И сейчас модно носить бижутерию ручной работы. Но есть люди, которые до этого не дошли. И всегда будут такие люди.**

- В: Как Вам кажется, какая основная цель у посещающих ярмарку мастеров, выставки с товарами ручного труда – настроение, ощущение праздника или покупки, конкретный товар?
- О: Есть, такие и такие люди, наверное. Но что-то мне подсказывает, что покупка носит чаще спонтанный характер. **Большая часть людей приходит на выставку поглазеть, наверное, процентов 90.** Выставка — это всегда непредсказуемость, никогда не знаешь, что там будет.
- В: Скажите, пожалуйста, какой у Вас основной род деятельности в настоящее время?
- О: Работа администратором
- В: Ваше образование?
- О: 2 высших
- В: Сколько Вам лет?
- О: 25

Интервью 6

Продолжительность интервью 17 минут; Дата интервью 5.05.2016

- В: Вы занимаетесь ручным трудом. Расскажите историю Вашего дела? Как Вы стали этим заниматься? Кто Вас в этом поддерживал?
- О: Вообще идея была создания подарка для подруги. Потом попробовала в массы ее запустить. И получилось, что людям это стало нравится и стали покупать. Поддерживали меня прежде всего подруга, которая первая получила палочку. Семья не скажу, чтобы прям меня поддерживала – сестра поддерживала, это да. И молодой человек меня поддерживал и помогает мне с такой более грубой работой, более сложной. Сейчас, когда я стала их делать из дерева, это практически как резьба – это не просто, я бы даже сказала, это сложновато, нелегко. Много сил нужно, чтобы из брусочка какого-то дерева сделать красивую палочку. Разные палочки. Делаю такие с пластиком с камнем стеклянным и теперь я делаю обычные из дерева. Те, которые я делала из горячего пластика из силикона, их легче делать, а вот из дерева сложнее. Занимаюсь этим второй год.
- В: Какие перспективы развития Вы видите для себя?
- О: Я хочу дальше развиваться в этом, в этом бизнесе. **Я хотела сделать свою мастерскую, свой магазин открыть, где будет продаваться волшебство.** Не обязательно это будут только волшебные палочки, это будет вся такая тематика атмосферы волшебства. Мне бы хотелось, чтобы в Томске было такое место и я планирую в будущем его создать.
- В: Является ли это занятие единственным для Вас? Или оно идет параллельно с другой работой?
- О: Параллельно есть учеба.
- В: Есть ли среди Вашего окружения знакомые/друзья, также изготавливающие вещи с помощью ручного труда?
- О: Когда начала заниматься ручным трудом, я, конечно, познакомилась с людьми. А из старого окружения подруга, для которой я делала подарок, она делает букеты из цветов или из игрушек. Я тоже начинала этим заниматься, но как-то цветы и конфеты это не мое. Я больше эти конфеты ела (смех).
- В: Что значит для Вас Ваша работа (деятельность)? Что Вам дала Ваша деятельность?
- О: **Прежде всего это деньги. Я получила деньги, я получила знания.** Ценно было то, что эти работы были полезны кому-то и благодаря моим работам люди могли получить чудесные эмоции радости и счастья, восторга и удивления. Это было очень ценно, когда человек подходит, выбирает палочку и улыбка с лица не сходит и радость, детский восторг, человеку может быть и 20, и 30 лет. Люди разные. Абсолютно. Люди, которые покупают эти палочки.
- В: Что является самым главным для Вас в Вашей работе? Ваш принцип работы?
- О: Я об этом не думаю и каких-то жестких рамок, границ я пока себе не ставила. На этом этапе, сейчас, это просто творческий процесс. Какой-то определенный план я себе не ставлю.
- В: Есть ли у Вас постоянные клиенты? (Как много, если есть?)
- О: Прямо постоянных клиентов нет. Потому что ассортимент у меня невелик. А какому человеку нужно десять этих палочек? Были люди, которые покупали не одну и не две. Есть люди, которые возвращались, когда начинал поступать какой-то новый ассортимент. Допустим, купил палочку, потом блокнот, потом к этому блокноту пишущее перо и так далее. Так, да, было. Приходят такие люди.
- В: С момента начала Вашей деятельности расширился ли круг Ваших знакомств? (Или покупатели только покупателями и остаются?)
- О: Да, очень.
- В: Если Да, то пользуетесь ли Вы Вашими новыми знакомствами? Помогли ли они Вам в совершенно других областях жизни?
- О: Да, сотрудничать, это конечно. С какими-то организаторами ярмарок – повторные приглашения на эти ярмарки. С мастерами, с которыми я познакомилась, так же возможно сотрудничество совместное. Все мы в той или другой степени крутимся в одних кругах и понимаем людей, кто чем может быть полезен. Если будет какой-то конкретный вопрос я знаю к кому обратиться.
- В: Как Вы называете Вашу деятельность? Ручной труд, авторский, дизайнерский, handmade...?
- О: Сначала это было хобби. Теперь это работа. Поскольку люди часто хотят приобрести палочку героев Гарри Поттера, я говорю, что у меня палочки – **это авторская работа. Исключительно авторская работа.** Копии

- я не делаю палочек. Бывают заказы клиентов по их просьбам, по их эскизам, по их дизайну. Но я стараюсь практически не повторять работы. Вообще я придерживаюсь того, что у каждого должна быть своя волшебная палочка, свой индивидуальный инструмент. Я не позиционирую того, что это должно быть по фильмам или как-то еще. **Я говорю, что волшебная палочка – это только инструмент для того, чтобы у человека исполнились мечты. Это всего лишь средство. А все волшебство у вас внутри. Все главное в тебе.**
- В: Как Вы относитесь к такому определению как handmade?
- О: В той или иной степени, я тоже занимаюсь handmade. Я не думаю, что это плохо, наоборот это хорошо. Для меня нет разделения между handmade и ручным трудом.
- В: Считаете ли Вы себя сами handmaker? Почему?
- О: Да. Для меня это не принципиально.
- В: Что Вы подразумеваете под понятием handmade? (По надобности)
- О: Для меня это = ручная работа.
- В: Согласны ли Вы, с тем что последнее время все чаще потребители гонятся за уникальностью товара, такого чтобы не как у всех, и находят это в изделиях ручного труда?
- О: Да. Потому что **многие приходят клиенты уже рассмотрев сайты с продуктами какими-то, где они выпускаются серийно. И они этого не хотят покупать. Они идут исключительно за каким-то индивидуальным заказом. Того, чего еще нет.**
- В: Товары ручного труда обычно характеризуются уникальностью, оригинальностью. Ваш товар можно описать через эти понятия? Насколько это уместно, необходимо? Как Вы определяете уникальность Вашего товара (Если Да)?
- О: Прямо совсем уникальность, оригинальность я бы не сказала. **Я считаю они безусловно уникальны эти вещи. Каждая вещь создается для конкретного человека. Ее не просто отштамповывают. Это индивидуальный подход. Вот с этим связывается у меня ручная работа. Уникальность — это очень голословно. Это зазыв «Купите у меня! Купите!».**
- В: Как Вам кажется, потребители продукции ручного труда используют ее более бережно относительно продукции массового производства? Есть ли разница в эксплуатации со стороны покупателей?
- О: Сложно сказать. Я такой аналитики не проводила. Могу сказать субъективно, я, например, бережно отношусь к вещам, которые я покупаю у мастеров. За остальных сказать не могу
- В: Участвуете ли Вы в различных выставках со своими изделиями?
- О: Да.
- В: Как Вы думаете, по какой причине существует спрос на изделия ручного труда, ведь масс-маркет может всех обеспечить?
- О: Хороший вопрос. Может быть это зависит от того человека, который это продает. Не каждый пойдет продавать свои товары, которые он сделал. Мне кажется, что люди, которые этим занимаются, которые это продают они своеобразные. Может быть подкупает это. **Может быть то, что у товара видно лицо. Потому что мастер – это лицо товара. То, что продается в магазинах, это обезличено. А здесь есть лицо и ты можешь контактировать с самим изготовителем, спросить все интересующие вопросы: «Из чего? Как?».** Может быть человеку нужно удостовериться в качестве, в экологичности.
- В: Как Вам кажется, какая основная цель у посещающих ярмарку мастеров, выставки с товарами ручного труда – настроение, ощущение праздника или покупки, конкретный товар?
- О: Учитывая сегодняшнюю тенденцию спада покупателей на ярмарках, в основном люди идут посмотреть, потрогать. Есть просто ценители ручной работы. Есть просто случайные продажи. Многие идут за весельем, потому что само слово ярмарка несет в себе веселье. Это прикольно сходить и посмотреть.
- В: Скажите, пожалуйста, какой у Вас основной род деятельности в настоящее время?
- О: Студент
- В: Ваше образование?
- О: Неполное высшее
- В: Сколько Вам лет?
- О: 23

Интервью 7

Продолжительность интервью 37 минут; Дата интервью 7.05.2016

- В: Вы занимаетесь ручным трудом. Расскажите историю Вашего дела? Как Вы стали этим заниматься? Кто Вас в этом поддерживал?
- О: Я занимаюсь изготовлением украшений из бисера, бусин, натуральных камней. Я ушла с основной работы 6 лет назад. Меня к этому вынудил муж. Его сердила моя системная работа. Я работала заместителем заведующей в детском саду и там всегда была нервотрепка, ответственность сумасшедшая. Его все время это сердило, и он хотел, чтобы я нигде не работала. Каждое утро просыпаясь он все время спрашивал: «Ты идешь сегодня на работу?», я ему говорю: «Зачем ты это спрашиваешь?», он: «Я все жду один прекрасный день, когда ты скажешь: «Я не иду сегодня на работу»». Я ушла с работы и полтора года практически ничем я не занималась: я отдыхала, ездила к родственникам. Потом мне надоело, и **я поняла, что снова на работу по найму идти я не хочу. И я подумала, а что я умею делать? Я умею готовить и мне это приносит**

удовольствие, и я кое-что умею рукодельничать. Я тогда вышивала, вязала, а потом мама мне совершенно случайно прислала мастер класс по изготовлению каких-то украшений из бисера очень простых, элементарных и мне это понравилось. Я начала втягиваться. Т.к. с детства у меня всегда мастерили обе бабушки и мама. Правда одна бабушка не мастерила, она ходила к модисткам и нас водила к модисткам. У нас была такая портниха по соседству. Бабушка очень хорошо одевалась и с детства был привитый вкус, когда должна обувь соответствовать по стилю по цвету, когда всегда должны быть бархатные пуговицы на платье. Вот это было привито. А вторая бабушка учила нас шить куклы, вышивать, украшать, поэтому с некоторыми видами рукоделия я была знакома. И мне это всегда нравилось. Я начала постепенно что-то осваивать сама. Потом какие-то украшения я сделала себе, потом подружкам, потом подружкам подружек, кто-то начал заказки небольшие делать и основной толчок был к занятию этим видом деятельности в том, что моя приятельница вела и ведет женские курсы. Она меня пригласила на эти курсы, я показала женщинам то, что я могу сделать и женщины заинтересовались, а могла ли я их научить. Но так как учить людей – это надо в совершенстве владеть самому, я начала сама работать над собой, осваивать новые техники, изготавливать украшения и постепенно хобби переросло в такой вид деятельности. У меня сейчас есть работа по найму, я работаю педагогом в Центре дополнительного образования как детский педагог-психолог. **И я даже не могу сказать, что занимает в моей жизни больше времени. Это две параллельные линии, которые мне доставляют удовольствие.** Украшения я делаю с огромным удовольствием, с огромной любовью и с радостью с этим делюсь, потому что я понимаю, что только через этот обмен взаимный, когда ты проводишь мастер классы, получаешь огромный заряд для творчества, люди эти сподвигают меня на то, что мне каждый раз надо что-то новое изучить, освоить. И так постепенно, я присоединилась в содружество людей единомышленников. Сообщество дружное, стали обмениваться информацией. Если бы лет 5 назад мне сказали, что я полюблю бисер, я бы не поверила. Мне нравится, что, когда люди смотрят на результат, они даже не верят, что это сделано из бисера.

В: Какие перспективы развития Вы видите для себя?

О: Мне очень нравится придумывать. Благодаря моим ученикам, которые требуют новых способов и техник, я познакомилась с огромным количеством техник из бисероплетением. И мне нравится придумывать самой. Я объединяю несколько техник, которые раньше были не совместимы допустим в одних изделиях. Мне очень нравится разрабатывать самой модели. В каком-то дизайнерском плане.

В: Является ли это занятие единственным для Вас? Или оно идет параллельно с другой работой?

О: У меня сейчас есть работа по найму, я работаю педагогом в Центре дополнительного образования как детский педагог-психолог. И я даже не могу сказать, что занимает в моей жизни больше времени. Это две параллельные линии, которые мне доставляют удовольствие.

В: Есть ли среди Вашего окружения знакомые/друзья, также изготавливающие вещи с помощью ручного труда?

О: Очень много. Люди, которые занимаются подобными видами рукоделия, видят друг друга. Рыбак рыбака видит издалека. Мы слились уже в дружеское сотрудничество – Фабер Клуб, и делимся идеями. Если я вижу, что человек не готов делиться с какими-то своими идеями, мне он неинтересен, он жадный. А меня окружают люди, которые готовы делиться. Мы не считаем друг друга конкурентами. Мы все занимаемся разными видами рукоделия, даже если это украшения, они все равно в разных техниках. Мы объединились для того, чтобы конструктивную критику друг другу вносить. И все готовы к этому прислушиваться, потому что здесь без фальши, без корысти и зависти люди готовы помогать друг другу.

В: Что значит для Вас Ваша работа (деятельность)? Что Вам дала Ваша деятельность?

О: Во-первых, пришли новые люди с новым видением, энергетикой, позитивом, во-вторых, самосовершенствование, я включилась в эту деятельность, и я ищу новые способы, новые идеи. И конечно же, как и в любом деле важно вознаграждение: признание и доход. Люди готовы покупать – это тоже признание.

В: Что является самым главным для Вас в Вашей работе? Ваш принцип работы?

О: Я ищу новые способы, новые идеи. Мне очень нравится разрабатывать самой модели.

В: Есть ли у Вас постоянные клиенты? (Как много, если есть?)

О: Есть, четвертый год веду постоянную группу. А сегодня были новые люди

В: С момента начала Вашей деятельности расширился ли круг Ваших знакомств? (Или покупатели только покупателями и остаются?)

О: Очень, очень расширился. Причем он стал качественно другой.

В: Если Да, то пользуетесь ли Вы Вашими новыми знакомствами? Помогли ли они Вам в совершенно других областях жизни?

О: Да.

В: Как Вы называете Вашу деятельность? Ручной труд, авторский, дизайнерский, handmade...?

О: Хобби, увлечение. Обижают «поделки». Все свои работы не могу назвать авторскими, поэтому редко использую это определение, я пользуюсь разными источниками. Я затрудняюсь ответить. Изделия ручной работы, наверное, так

В: Как Вы относитесь к такому определению как handmade?

О: Нормально, просто мы живем в России и как-то режет слух. Сейчас даже варенье сварили и пишут **handmade**. У этого термина потерялся изначальный смысл. Так же, как и экологически чистый, если раньше это вызывало интерес и в это был вложен смысл, то сейчас это просто легкомысленно. Handmade

- употребляется не всегда в правильном смысле. Излишне стали использовать этот термин.
- В: Считаете ли Вы себя сами handmaker? Почему?
- О: Так себя не называю
- В: Что Вы подразумеваете под понятием handmade? (По надобности)
- О: **Авторское. Человек сам придумал, сам воплотил. Что-то узко направленное. Изысканность, изюминка.**
- В: Согласны ли Вы, с тем что последнее время все чаще потребители гонятся за уникальностью товара, такого чтобы не как у всех, и находят это в изделиях ручного труда?
- О: Согласна. **Надоела эта бездушность.** В изделиях ручной работы живет часть души мастера, особенно так говорят люди, которым ты делал на заказ. Люди готовы платить за то, что ты сидел, делал изделие и думал только об этом человеке. Ты делал именно для него, вкладывая в это часть своей энергии и мыслей.
- В: Товары ручного труда обычно характеризуются уникальностью, оригинальностью. Ваш товар можно описать через эти понятия? Насколько это уместно, необходимо? Как Вы определяете уникальность Вашего товара (Если Да)?
- О: **Это только в том случае если сделано на заказ. Если присутствует аутентичность.** Ты делал именно для этого человека, в единственном экземпляре такую неповторимую. Тогда да. А когда делают для массового потребления, это теряется. Если изделие сделано как воплощение идеи, не только на заказ, тоже можно применить уникальность. На личном опыте убедилась, самые большие порывы творчества происходят не на заказ. Когда ты делаешь что-то на заказ, ты поставлен в определенные рамки.
- В: Как Вам кажется, потребители продукции ручного труда используют ее более бережно относительно продукции массового производства? Есть ли разница в эксплуатации со стороны покупателей?
- О: Нет, я бы так не сказала. У меня был случай, когда человек купил дорогую вещь, причем я прикладываю инструкцию по эксплуатации, и спустя некоторое время человек приносит мне обратно украшение. Что нужно было сделать с украшением, чтобы оно выглядело так? Мне кажется, это зависит от личности человека, его аккуратности, воспитанности, бережливости. Если он не умеет ценить чужой труд, ему без разницы сколько это стоит.
- В: Участвуете ли Вы в различных выставках со своими изделиями?
- О: Да
- В: Как Вы думаете, по какой причине существует спрос на изделия ручного труда, ведь масс-маркет может всех обеспечить?
- О: Сейчас предложение гораздо больше, чем спрос. **И люди устали от массовости. Даже по себе сужу: если я это на ком-то увидела, я это никогда не куплю.** Когда я покупаю, я всегда хочу, чтобы это было только у меня, поэтому я часто заказываю на заказ, либо у портнихи, либо у девчонок, которые валяют одежду. Хочется индивидуальности и, если это касается одежды, хочется натуральности, если украшений, то уж точно не фабричности. Я, как мастер, когда у меня заказывают украшение, учитываю конституцию человека, масштабность человека, стиль одежды, стиль туалета, к которому женщина хочет украшение, я учитываю ее цветотип, если это драматический тип человека, значит ему пойдут бусины граненные, блестящие, если женщина романтического типа внешности, значит ей пойдут более мягкие бусины округлой формы. **Тут идет еще и общение мастера с заказчиком, а люди сейчас очень ценят общение.** Некоторые даже на мастер-класс приходят, ничего не делают, есть женщины, которые приходят и откровенно говорят: «Я хочу сюда взять женской энергии, мне ее на неделю хватает». Она ничего не делает три года, приходит, платит деньги и просто сидит разговаривает со всеми, для вида достанет ниточку. **Люди готовы купаться в этом, вариться, присутствовать при этом, они готовы платить деньги в принципе ни за что, просто чтобы посидеть с людьми, которые заняты каким-то видом деятельности.** Я не знаю зачем им это надо (смех). **Очень многие ходят на ярмарки не покупать, им не нужны идеи, потом что они ничего не делают, они просто ходят среди мастеров, потрогают все украшения, как прикоснуться к прекрасному.** Придут все потрогают, даже маленькие дети подходят: «А можно потрогать?» - «Можно». Недавно наблюдали случай на ярмарке: подошел мальчик, все бусики потрогал, рядом колечки, «Можно я потрогаю?» - «Можно», и вот он вытащит посмотрит. Для них это как игра, будто это сокровища. Многие проходят вместе с тобой повосхищаться «Вы сами это сделали? Да не может быть! Как?!». **Есть сумасшедшие, которые покупают все подряд, у них полные ящики, никто это не носит, но им сам факт принадлежности к этому и что у них это есть.** Иногда очень хорошие покупки спонтанные. А самые дорогие покупки делают мужчины женщинам.
- Когда мастер сам это продает, он делится с человеком эмоциями, не рассчитывая, что он это приобретет. А людям нравится то, что нравится мастеру. Если сам мастер испытывает удовольствие от того, что он сделал, если ему нравится, то и им понравится. Если изделие сделано с каким-то усилием, рожденное в тяжких муках, то и люди на него также реагируют, оно очень долго лежит, очень долго никому не нужно, потом его либо подаришь, либо распустишь на материал. Но очень интересно то, что каждое украшение находит свою хозяйку. Бывает украшение лежит три года. И несешь его на ярмарку и говоришь себе: «Я его несу последний раз, если не находится хозяйка, я его разрежу на бусины и сделаю что-нибудь другое». И приходит женщина, которая говорит: «Боже мой, я так давно искала именно этот воротник, именно из этих бусин!». Совершенно непредсказуемо. Или наоборот, ты готовишься к ярмарке, делаешь акцент на украшении, что оно точно людям понравится, а людям может понравиться совершенно неожиданная вещь. Каждая вещь находит своего хозяина.

Есть псевдомастера, они умеют торговать, но они наделают то, что мне даром не надо.

В: Как Вам кажется, какая основная цель у посещающих ярмарку мастеров, выставки с товарами ручного труда – настроение, ощущение праздника или покупки, конкретный товар?

О: По-разному. Бывает люди приходят что-нибудь интересное купить. А бывает только смотрят. В последнее время покупательская способность людей немного снизилась, они бы и хотели купить, но у них нет возможности: они примеряют, просят сделать что-то более бюджетное.

В: Скажите, пожалуйста, какой у Вас основной род деятельности в настоящее время?

О: Педагог

В: Ваше образование?

О: 2 высших педагогических (биолог, химик и дошкольное)

В: Сколько Вам лет?

О: 44

Интервью 8

Продолжительность интервью 37 минут; Дата интервью 10.05.2016

В: Вы занимаетесь ручным трудом. Расскажите историю Вашего дела? Как Вы стали этим заниматься? Кто Вас в этом поддерживал?

О: Учась в школе, однажды в библиотеке я нашла книжку с вязанными игрушками и схемам к ним. Это было настолько увлекательно, что мне захотелось научиться вязать. По этой книжке я сама научилась! Первой игрушкой был мультяшный герой Большой Ух. Потом на долгие годы я забросила вязание.

Как и большинство рукодельниц, я снова вернулась к крючку, и теперь уже основательно, будучи в декрете. Первой я связала крыску, страшненькую, глазки в разные стороны, рыхлое тельце, но она положила начало моему сознательному увлечению вязаной игрушкой, потому дорога мне. В увлечении рукоделием меня поддерживают мои родные – муж, моя мама, а теперь и мои дети. Муж часто вечерами занимается с детьми, чтобы я могла немного повязать.

В: Какие перспективы развития Вы видите для себя?

О: Мое увлечение не перерастет у меня в бизнес на рукоделии, для меня это любимое хобби, не работа. Даже если мои игрушки не будут находить себе покупателей, я не остановлюсь и буду продолжать заниматься их изготовлением, т.к. процесс создания игрушки приносит мне радость

В: Является ли это занятие единственным для Вас? Или оно идет параллельно с другой работой?

О: Я занимаюсь только одним видом рукоделия – вязанием игрушек, ничего другое меня не привлекает, у меня в списке очень много игрушек, которые я мечтаю связать, попробовать разную пряжу для их создания и т.д.

В: Есть ли среди Вашего окружения знакомые/друзья, также изготавливающие вещи с помощью ручного труда?

О: Самый ближайший пример это моя мама, которая осваивает шитье. Она шьет одежду моей дочери. Последний ее проект – это сшитый кукольный домик для внучки. Жена моего брата так же рукодельница – она изготавливает букеты из конфет, а также любит шить игрушки разной сложности.

Есть так же у меня много знакомых рукодельниц, с которыми я познакомилась на ярмарках, а также много тех, с кем я ни разу не виделась в реальной жизни, но сдружилась в соцсетях на тему вязания игрушек.

В: Что значит для Вас Ваша работа (деятельность)? Что Вам дала Ваша деятельность?

О: Мое рукоделие – это мое хобби, сейчас сознательно выбранное единственным, т.к. в этой теме для меня много чего не охваченного, очень многое хочется сделать, попробовать, что-то придумать и воплотить в жизнь самой.

Мое увлечение приносит мне самое главное радость и удовольствие от создания игрушек, а также радость и большое удовольствие от общения с людьми, от их восхищения моими работами. **Еще один бонус – это конечно деньги, которые я могу потратить на покупку новых моточков пряжи или на подарочки своим детям.**

В: Что является самым главным для Вас в Вашей работе? Ваш принцип работы?

О: Главное в моей работе это аккуратность исполнения. Всегда стараюсь делать игрушки так, чтобы нравились мне, чтоб я ими была полностью довольна. Если что-то мне не нравится, обязательно переделаю, чтоб на 100% быть уверенной в качестве исполнения игрушки, чтоб подарить или продать игрушку с легким сердцем (смех)

В: Есть ли у Вас постоянные клиенты? (Как много, если есть?)

О: Так как мое рукоделие у меня в качестве хобби, то количество игрушек у меня не такое большое чтоб иметь много постоянных клиентов, но трое заказчиков постоянных у меня есть

В: С момента начала Вашей деятельности расширился ли круг Ваших знакомств? (Или покупатели только покупателями и остаются?)

О: Круг знакомств немного расширился, но в большинстве случаев покупатели остаются просто покупателями.

В: Если Да, то пользуетесь ли Вы Вашими новыми знакомствами? Помогли ли они Вам в совершенно других областях жизни?

О: Нет, не пользуюсь

В: Как Вы называете Вашу деятельность? Ручной труд, авторский, дизайнерский, handmade...?

О: Ручная работа, handmade

В: Как Вы относитесь к такому определению как handmade?

- О: Не имею ничего против этого слова
- В: Считаете ли Вы себя сами handmaker (-ом)? Почему?
- О: Да, я считаю себя хендмейдером, т.к. мои изделия - это полностью моя ручная работа, каждая петелька в игрушке связана моими руками, сшитая одежда, даже глазки для некоторых игрушек я расписываю вручную, чтобы у игрушки был "живой взгляд"
- В: Что Вы подразумеваете под понятием handmade?
- О: Для меня это изделия, изготовленные мастером из каких-то исходных материалов, на хорошем уровне, которые можно продавать другим людям. В том числе это эксклюзив, т.к. даже делая изделия по одной схеме, описанию, все равно не получится сделать их абсолютно одинаковыми, только максимально похожими.
- В: Согласны ли Вы, с тем что потребители гонятся за уникальностью товара, такого чтобы был не как у всех, и находят это в изделиях ручного труда?
- О: На мой взгляд в Томске мало таких потребителей, в России - это Московский регион. Там очень много потребителей изделий именно ручного труда, в котором как раз они ищут эксклюзив, какое-то настроение, какие-то эмоции, которые вызывает ручная работа.
- В: Товары ручного труда обычно характеризуются уникальностью, оригинальностью. Ваш товар можно описать через эти понятия? Насколько это уместно, необходимо? Как Вы определяете уникальность Вашего товара (Если Да)?
- О: Для Томска мои игрушки да - уникальны, оригинальны, выполнены качественно, аккуратно. Когда я участвую на городских ярмарках со своими игрушками, то многие посетители как раз отмечают, что мои игрушки оригинальны, интересны, что таких больше нигде не увидишь у нас в городе. Если брать всю страну, то много российских рукодельниц вяжут такие же игрушки, т.к. в большинстве случаев я вяжу игрушки по чужим описаниям, своих авторских игрушек у меня пока мало.
- В: Как Вам кажется, отличается ли отношение потребителей к продукции ручного труда относительно продукции массового производства? Есть ли разница в эксплуатации со стороны покупателей?
- О: Отношение к ручному труду обычно диаметрально противоположное. **Одна категория потребителей восхищается изделиями, их оригинальностью, уникальностью, восхищается сколько в изделия вложено труда, любви, тепла. А есть такие люди, которые всего этого не понимают и не принимают. Им не нужна эта эксклюзивность изделия, т.к. обычно это дороже, чем продукция массового производства.** И многие считают, что хендмейдеры ставят необоснованно высокие цены на свои изделия, не понимая при этом сколько времени тратится на изготовление этого самого изделия, времени на поиски подходящих материалов, сколько денег уходит на покупку этих материалов. Многие только тогда начинают ценить ручной труд, когда сами вплотную сталкиваются с этим. **Есть еще такие люди, которые не хотят тратить деньги на handmade, т.к. считают, что смогут сделать также. Обычно, в большинстве случаев, их мнение ошибочно (смех)**
- В: Участвуете ли Вы в различных выставках со своими изделиями?
- О: Очень редко, раза 3 в год я участвую в городских ярмарках. Чаще не получается, т.к. выход изделий у меня не большой.
- В: Как Вы думаете, по какой причине существует спрос на изделия ручного труда, ведь масс-маркет может всех обеспечить?
- О: **Если говорить про игрушки, то изделия масмаркета чаще всего однотипны, не всегда качественны, часто с асимметрией лица или мордочки.** Некоторые люди хотят иметь у себя или купить своим детям или подарить в подарок что-то качественное, интересное, неоднотипное, оригинальное. Для кого-то игрушка ручной работы станет милым сувениром, а для кого-то дорогим сердцу другом. **Игрушки ручной работы дарят тепло, приносят радость.**
- Совсем недавно у меня был заказ от бабушки на день рождения своему внуку-футболисту 11 лет - кукла-футболист, которого я постаралась сделать похожим на мальчика - цвет волос, цвет глаз, цвет футбольной формы. Был так же связан футбольный мяч, внутрь которого была положена записочка от бабушки с пожеланиями удачи. Этот мячик мальчик сможет брать с собой на любые игры в качестве талисмана. Такой заказ можно исполнить только руками, в магазинах такое не найти
- В: Как Вам кажется, какая основная цель у посещающих ярмарку мастеров, выставки с товарами ручного труда – настроение, ощущение праздника или покупки, конкретный товар?
- О: **Очень редко у посетителей ярмарок есть конкретные желания, обычно на ярмарки идут как раз за хорошим настроением, за ощущением праздника. И когда ты выступаешь в качестве продавца, то нужно не только продавать свой товар, свои изделия, но и так же дарить людям немного радости и хорошего настроения. На новогодней ярмарке всем посетителям, которые подходили к моему столу мы предлагали угоститься конфеткой, к которой была прикреплена бумажка с новогодним пожеланием. Всем людям было приятно и весело**
- В: Скажите, пожалуйста, какой у Вас основной род деятельности в настоящее время?
- О: Основной род деятельности – это основная работа на заводе ОАО "НПЦ "Полус", а хобби только одно – вязание игрушек
- В: Ваше образование? О: Полное высшее, инженер, закончила ТПУ
- В: Сколько Вам лет? О: 32 года

Интервью 9

Продолжительность интервью 35 минут; Дата интервью 10.05.2016

- В: Вы занимаетесь ручным трудом. Расскажите историю Вашего дела? Как Вы стали этим заниматься? Кто Вас в этом поддерживал?
- О: Я занимаюсь выпечкой и росписью авторских пряников. То, что я любила готовить с детства, и это мечта всей моей жизни – неправда. С детства любила заниматься ручной работой, причем пробовала себя в очень многих направлениях: шитье, бисероплетение, декупаж, изготовление кукол-тильд и т.д. Пряники появились, может быть, даже случайно. Мне понравилось сочетание «красиво и вкусно», захотелось попробовать испечь и расписать. Потом захотелось сделать еще раз, чтобы получилось еще лучше и красивее и так много раз. И дело захватило, увлекло – это, наверное, общее правило для любого рукоделия – увлечься и не остыть. Поддержали меня, в общем, практически все мои близкие (родители, муж) и друзья.
- В: Какие перспективы развития Вы видите для себя?
- О: Перспективы развития: в плане развития мастерства – огромные и неисчерпаемые, поскольку установить границы или пределы творчества (в любом направлении) невозможно, соответственно и перспективы масштабны)) Касательно перспектив дела, как источника основного дохода, сложнее, поскольку в этом случае необходимо пройти этап «бумаги-документы», что, во-первых, (в моем случае на данном этапе) совсем не нужно, а во-вторых сильно отрывает от творчества (в моем случае на данном этапе) совсем не нужно. Итог: сейчас меня больше интересуют перспективы саморазвития, как мастера: оттачивание знакомых техник, освоение новых методов работы, общение с другими мастерами.
- В: Является ли это занятие единственным для Вас? Или оно идет параллельно с другой работой?
- О: Мое пряничное дело идет параллельно с взрослением нашей маленькой дочери (я в декретном отпуске)
- В: Есть ли среди Вашего окружения знакомые/друзья, также изготавливающие вещи с помощью ручного труда?
- О: Есть и много.
- В: Что значит для Вас Ваша работа (деятельность)? Что Вам дала Ваша деятельность?
- О: В первую очередь, самореализация через творчество, новый вид деятельности, которым мне интересно заниматься. А также знакомство с другими мастерами, участие в ярмарках хенд-мейд работ.
- В: Что является самым главным для Вас в Вашей работе? Ваш принцип работы?
- О: Главный принцип – качественный, красивый продукт. В моем случае, качественный = вкусный, с использованием свежих, проверенных ингредиентов.
- В: Есть ли у Вас постоянные клиенты? (Как много, если есть?)
- О: Сейчас есть один постоянный клиент.
- В: С момента начала Вашей деятельности расширился ли круг Ваших знакомств? (Или покупатели только покупателями и остаются?)
- О: Ели круг знакомств в смысле покупателей, то покупатели обычно остаются покупателями. (правда, часто заказывают друзья и знакомые). Расширился круг знакомств за счет мастеров по другим направлениям творчества.
- В: Если Да, то пользуетесь ли Вы Вашими новыми знакомствами? Помогли ли они Вам в совершенно других областях жизни?
- О: Нет
- В: Как Вы называете Вашу деятельность? Ручной труд, авторский, дизайнерский, handmade...?
- О: Свои работы я называю: «прянички ручной работы» (поскольку весь процесс от замеса теста до упаковки пряника – ручная работа). Или (когда работа сложная, по индивидуальному заказу, с эскизами и множеством деталей и нюансов) – авторская работа.
- В: Как Вы относитесь к такому определению как handmade?
- О: Хорошо отношусь. Однако, **я бы разграничила «качественный handmade» и «некачественный handmade»**, но ту, как и с понятием «искусство» - все очень субъективно. Кому-то может понравится то, что совсем не нравится мне и наоборот. Мастера ручного труда часто более требовательны к качеству handmade изделий в любой области, чем люди, далекие от handmade сообщества. **Понятие «качественный handmade» для меня – это обозначение профессиональной, качественной, безупречно изготовленной, красиво поданной работы (в любом виде творчества).**
- В: Считаете ли Вы себя сами handmaker (-ом)? Почему?
- О: М-м-м..Наверное, я на пути к этому высокому званию, поскольку стараюсь совершенствоваться в своем деле. Однако, до высот мастеров-профи мне еще далеко.
- В: Что Вы подразумеваете под понятием handmade?
- О: Понятие «качественный handmade» для меня – это обозначение профессиональной, качественной, безупречно изготовленной, красиво поданной работы (в любом виде творчества).
- В: Согласны ли Вы, с тем что потребители гонятся за уникальностью товара, такого чтобы был не как у всех, и находят это в изделиях ручного труда?
- О: **Пожалуй, соглашусь, что многие (не все) хотят «не как у всех», но большинство не готовы платить за ручной труд установленную цену.** То есть, они бы однозначно купили работу, если бы она стоила, как подобная в магазине (они бы предпочли авторскую работу магазинной, но не готовы платить цену, назначенную мастером). Пример из последней ярмарки: девочка и бабушка увидели пряники. Девочка очень просит пряничного единорога. Бабушка спрашивает цену, я отвечаю, бабушка реагирует: «Ох ты! Пойдем

отсюда, купим в магазине, нам какая разница какие есть!» То есть, она бы готова купить пряник за 10 рублей, порадовать свою внучку (иначе не узнавала бы цену), но, узнав, что стоит пряник не 10 рублей, подумала, что это сильно дорого и сделала несложный логический вывод: дешевле купить килограмм пряников в магазине, чем один, хоть и авторский на ярмарке. И затем «сравнила» уже окончательно магазин и handmade замечанием, что нет разницы, какие есть.

В: Товары ручного труда обычно характеризуются уникальностью, оригинальностью. Ваш товар можно описать через эти понятия? Насколько это уместно, необходимо? Как Вы определяете уникальность Вашего товара (Если Да)?

О: **Если сравнивать с магазинным ассортиментом, мои работы можно назвать уникальными и оригинальными. Если сравнивать с работами других мастеров-пряничников, конечно, есть общие идеи (например, общие для разных мастеров формы – пряничные снежинки к Новому Году, зайцы и яйца к Пасхе и т.д.) Если же работа от начала и до конца – мой замысел, когда я хочу воплотить свою идею, рисую эскизы, продумываю детали, тогда я считаю это полностью авторской, уникальной работой.**

В: Как Вам кажется, отличается ли отношение потребителей к продукции ручного труда относительно продукции массового производства? Есть ли разница в эксплуатации со стороны покупателей?

О: Отношение, конечно, отличается. В моем случае: **пряники чаще покупают и заказывают именно в подарок, как сувенир, часто он долго стоит, украшая собой какую-нибудь кухонную полочку (смех). В то время как магазинные пряники, насколько я знаю, обычно не дарят и не хранят, как сувенир.**

В: Участвуете ли Вы в различных выставках со своими изделиями?

О: Да, участвую в ярмарках изделий ручной работы.

В: Как Вы думаете, по какой причине существует спрос на изделия ручного труда, ведь масс-маркет может всех обеспечить?

О: На мой взгляд, спрос существует, поскольку, во-первых, ассортимент handmade рынка (так назову) разительно отличается оригинальностью от представленного в магазине, а во-вторых, есть люди, желающие платить установленную цену за оригинальность и авторское исполнение.

В: Как Вам кажется, какая основная цель у посещающих ярмарку мастеров, выставки с товарами ручного труда – настроение, ощущение праздника или покупки, конкретный товар?

О: Могу ответить за себя: все вместе: люблю и ощущение праздника (т.к. чаще всего участвую со многими знакомыми мастерами – на ярмарке много времени для общения), всегда интересно увидеть новые изделия мастеров, также мне нравится, когда люди хорошо покупают мой товар, когда с пониманием относятся к цене (которая, конечно, выше магазинной), расспрашивают о техниках и нюансах моей работы. **Очень люблю, когда мои пряники покупают детям – для меня это высочайшая степень доверия. И особенно люблю, когда ребенок разворачивает пряник сразу и с удовольствием съедает его.** Также на ярмарках много потенциальных клиентов, которые могут заинтересоваться моим товаром, заказать его в будущем, предложить сотрудничество или идею совместного проекта.

В: Скажите, пожалуйста, какой у Вас основной род деятельности в настоящее время?

О: Сейчас я нахожусь в декретном отпуске

В: Ваше образование?

О: Высшее образование: ТГУ, Институт искусств и культуры, специалист по культурологии

В: Сколько Вам лет?

О: 29 лет.

Интервью 10

Продолжительность интервью 15 минут; Дата интервью 10.05.2016

В: Вы занимаетесь ручным трудом. Расскажите историю Вашего дела? Как Вы стали этим заниматься? Кто Вас в этом поддерживал?

О: Еще с начальной школы я начала заниматься разными видами рукоделия (бисероплетение, глиняная игрушка, мягкая игрушка) мне очень нравилось получать конечный результат. Мама моя работает в библиотеке и всегда приносила новые книги с интересными видами рукоделия. Потом как-то в среднем и старшем звене школы все рукоделие сошло на нет, наверное, не до этого было. Потом в университете, когда было сложно я стала по вечерам слушать музыку и вышивать, так потихоньку влилась. Ну а тот вид рукоделия, которым я сейчас занимаюсь, (изготовление цветов) появился в моей жизни после рождения дочки.

В: Какие перспективы развития Вы видите для себя?

О: Да, мне это нравится и пока я не собираюсь бросать или заниматься чем-то другим. Если как мастер то, наверное, поучиться у более именитых мастеров

В: Является ли это занятие единственным для Вас? Или оно идет параллельно с другой работой?

О: Я работаю в школе учитель технологии у девочек, а в свободное время (в основном ночью) я занимаюсь своим любимым делом.

В: Есть ли среди Вашего окружения знакомые/друзья, также изготавливающие вещи с помощью ручного труда?

О: Да. Благодаря, наверное, рукоделию, я познакомилась с большим количеством людей, занимающихся ручным трудом.

В: Что значит для Вас Ваша работа (деятельность)? Что Вам дала Ваша деятельность?

О: **Меня успокаивает ручной труд, я забываю про все проблемы и неприятности.**

- В: Что является самым главным для Вас в Вашей работе? Ваш принцип работы?
- О: Нет такого
- В: Есть ли у Вас постоянные клиенты? (Как много, если есть?)
- О: Смотря что считать постоянным клиентом. Есть заказчики, которые по 3-4 раза заказывали. Ну человек 5
- В: С момента начала Вашей деятельности расширился ли круг Ваших знакомств? (Или покупатели только покупателями и остаются?)
- О: Я стараюсь не смешивать работу и личное. Пускай лучше будут заказчиками.
- В: Если Да, то пользуетесь ли Вы Вашими новыми знакомствами? Помогли ли они Вам в совершенно других областях жизни?
- О: Как Вы называете Вашу деятельность? Ручной труд, авторский, дизайнерский, handmade...?
- В: Авторские украшения, т.к. я сама пытаюсь рисовать выкройки цветов и по-своему их собирать.
- В: Как Вы относитесь к такому определению как handmade?
- О: Насколько я помню - это переводится сделано руками или ручной труд.
- В: Считаете ли Вы себя сами handmaker (-ом)? Почему?
- О: Да конечно, я это делаю сама.
- В: Что Вы подразумеваете под понятием handmade?
- О: Ручной труд
- В: Согласны ли Вы, с тем что потребители гонятся за уникальностью товара, такого чтобы был не как у всех, и находят это в изделиях ручного труда?
- О: **Очень мало людей, которые ценят ручной труд, т.к. рынок handmade сейчас заполнили дешевые товары с Китая и мало кто разбирается, что покупает. Все чаще на ярмарках слышу: «Что так дорого?». Стояли мы на ярмарке в прошлом году на Драм театре, рядом стояла бабуля с гжелью (на ценнике у нее было написано Гжель) по 50р, берестой штампованной и всякими штуками китайскими. Так у нее все разлеталось как горячие пирожки, к нам подходили и говорили, что за заклепку 200р это дорого, шли и покупали у нее.**
- В: Товары ручного труда обычно характеризуются уникальностью, оригинальностью. Ваш товар можно описать через эти понятия? Насколько это уместно, необходимо? Как Вы определяете уникальность Вашего товара (Если Да)?
- О: Я считаю, что мои цветочки уникальны, т.к. у меня не получается сделать два одинаковых цветка, каждый цветочек уникален и индивидуален.
- В: Как Вам кажется, отличается ли отношение потребителей к продукции ручного труда относительно продукции массового производства? Есть ли разница в эксплуатации со стороны покупателей?
- О: Если сравнивать тот вид деятельности, которым занимаюсь я, то да. Т.к. цветы ручные выглядят реалистичней.
- В: Участвуете ли Вы в различных выставках со своими изделиями?
- О: Да. В выставках, и ярмарках.
- В: Как Вы думаете, по какой причине существует спрос на изделия ручного труда, ведь масс-маркет может всех обеспечить?
- О: Не всегда то, что массово является нужным. Где-то в чем-то нужна какая-то деталь, которую может добавить мастер.
- В: Как Вам кажется, какая основная цель у посещающих ярмарку мастеров, выставки с товарами ручного труда – настроение, ощущение праздника или покупки, конкретный товар?
- О: Я думаю, что все перечисленное является частью ярмарок.
- В: Скажите, пожалуйста, какой у Вас основной род деятельности в настоящее время?
- О: Я занимаюсь фом-флористикой украшение из фоамирана, работа педагогом
- В: Ваше образование?
- О: Высшее специалист и магистр
- В: Сколько Вам лет?
- О: 29

Интервью 11

Продолжительность интервью 11 минут; Дата интервью 10.05.2016

- В: Вы занимаетесь ручным трудом. Расскажите историю Вашего дела? Как Вы стали этим заниматься? Кто Вас в этом поддерживал?
- О: Увидела в интернете фото вязаных бус захотела себе такие же, просмотрела видео, как можно сделать, научилась и связала. Поддержка в этом была не нужна. Вообще начала вязать в 7 лет на спицах и плела макраме.
- В: Какие перспективы развития Вы видите для себя?
- О: Научиться другим видам рукоделия.
- В: Является ли это занятие единственным для Вас? Или оно идет параллельно с другой работой?
- О: Есть работа. Это хобби.
- В: Есть ли среди Вашего окружения знакомые/друзья, также изготавливающие вещи с помощью ручного труда?
- О: да
- В: Что значит для Вас Ваша работа (деятельность)? Что Вам дала Ваша деятельность?

- О: Любимое хобби, самореализация. Дает дополнительную возможность помогать другим. <https://vk.com/bfzoo.pets> вырученные средства идут на содержание и лечение.
- В: Что является самым главным для Вас в Вашей работе? Ваш принцип работы?
- О: Качество. Не берусь за то, что не могу выполнить качественно на 100%.
- В: Есть ли у Вас постоянные клиенты? (Как много, если есть?)
- О: Есть. Не много менее 10
- В: С момента начала Вашей деятельности расширился ли круг Ваших знакомств? (Или покупатели только покупателями и остаются?)
- О: Расширился, но покупатели остаются только покупателями.
- В: Если Да, то пользуетесь ли Вы Вашими новыми знакомствами? Помогли ли они Вам в совершенно других областях жизни?
- О: Не пользуюсь
- В: Как Вы называете Вашу деятельность? Ручной труд, авторский, дизайнерский, handmade...?
- О: Авторская ручная работа или handmade, нет конкретного названия.
- В: Как Вы относитесь к такому определению как handmade?
- О: Нормально
- В: Считаете ли Вы себя сами handmaker (-ом)? Почему?
- О: Не думала об этом. **Данный термин слышу впервые)))**
- В: Что Вы подразумеваете под понятием handmade?
- О: Качественная вещь, изготовленная в единственном экземпляре.
- В: Согласны ли Вы, с тем что потребители гонятся за уникальностью товара, такого чтобы был не как у всех, и находят это в изделиях ручного труда?
- О: Нет. Хотят, но не гонятся и тем более не все.
- В: Товары ручного труда обычно характеризуются уникальностью, оригинальностью. Ваш товар можно описать через эти понятия? Насколько это уместно, необходимо? Как Вы определяете уникальность Вашего товара (Если Да)?
- О: Можно, чаще всего это работы в единственном экземпляре. Это уместно и необходимо.
- В: Как Вам кажется, отличается ли отношение потребителей к продукции ручного труда относительно продукции массового производства? Есть ли разница в эксплуатации со стороны покупателей?
- О: Отношение отличается. Инструкции по эксплуатации выдаются при продаже, но пользуются ли ими покупателю уже не знаю.
- В: Участвуете ли Вы в различных выставках со своими изделиями?
- О: Да. На данный момент - <https://vk.com/arhoussetomsk>
- В: Как Вы думаете, по какой причине существует спрос на изделия ручного труда, ведь масс-маркет может всех обеспечить?
- О: Эксклюзивные красивые вещи.
- В: Как Вам кажется, какая основная цель у посещающих ярмарку мастеров, выставок товарами ручного труда – настроение, ощущение праздника или покупки, конкретный товар?
- О: Выставку – настроение, ярмарку – покупка товара.
- В: Скажите, пожалуйста, какой у Вас основной род деятельности в настоящее время?
- О: Работа
- В: Ваше образование?
- О: Высшее, экономист-менеджер. Работаю по профессии
- В: Сколько Вам лет?
- О: 34

Интервью 12

Продолжительность интервью 11 минут; Дата интервью 11.05.2016

- В: Вы занимаетесь ручным трудом. Расскажите историю Вашего дела? Как Вы стали этим заниматься? Кто Вас в этом поддерживал?
- О: Занимаюсь я относительно недавно, где-то 8 месяцев. Изготавливаю галстуки-бабочки. Сначала делала из ткани, потом из дерева. Где-то года три назад я покупала своему младшему брату наряд на 1 сентября, тогда я наткнулась на галстук-бабочку, и я подумала, почему бы не шить самой. Эта идея так и хранилась у меня в голове. Моя мама занималась рукоделием, она шила подушку дизайнерскую и выбрала такую ткань на ощупь неприятную. Я ее раскритиковала и сказала: «Давай лучше галстуки-бабочки делать». Поискали информацию в интернете. Потом начали этим заниматься. Так вместе с ней и работаем.
- В: Какие перспективы развития Вы видите для себя?
- О: Было бы здорово, если бы это дело приобрело хороший вид в смысле купли-продаж, но пока у меня диплом, я маленько приостановилась, а по окончанию диплома хочу этим прямо вплотную заняться.
- В: Является ли это занятие единственным для Вас? Или оно идет параллельно с другой работой?
- О: Я учусь. И есть еще одно занятие – мы с подругой, она дизайнер архитектуры, создаем бумажные скульптуры, инсталляции. Тоже занялись месяцев 7 назад, народу там пока меньше.
- В: Есть ли среди Вашего окружения знакомые/друзья, также изготавливающие вещи с помощью ручного труда?

- О: Да, конечно. У нас на архитектуре очень много ребят пытаются создать свое дело, многие ребята рисуют портреты на заказ, расписывают стены, набивают тату.
- В: Что значит для Вас Ваша работа (деятельность)? Что Вам дала Ваша деятельность?
- О: **Для меня сейчас это просто хобби, отвлечение от диплома, и я наслаждаюсь процессом, когда делаю фигуры или бабочки.**
- В: Что является самым главным для Вас в Вашей работе? Ваш принцип работы?
- О: 1) Востребованность товара; 2) качество товара; 3) качественная подача (у меня много случаев было, когда клиенты восторженно говорили: «У Вас так оформлена группа в Вконтакте, что мы даже не смотрели остальные»); 4) реклама
- В: Есть ли у Вас постоянные клиенты? (Как много, если есть?)
- О: Да, а некоторые приглашают своих друзей
- В: С момента начала Вашей деятельности расширился ли круг Ваших знакомств? (Или покупатели только покупателями и остаются?)
- О: Да, конечно, просто хорошие покупатели.
- В: Если Да, то пользуетесь ли Вы Вашими новыми знакомствами? Помогли ли они Вам в совершенно других областях жизни?
- О: Да, люди открытые и отзывчивые
- В: Как Вы называете Вашу деятельность? Ручной труд, авторский, дизайнерский, handmade...?
- О: Бабочки – это handmade, а фигуры – это дизайнерская работа.
- В: Как Вы относитесь к такому определению как handmade?
- О: Хорошо
- В: Считаете ли Вы себя сами handmaker? Почему?
- О: Да
- В: Что Вы подразумеваете под понятием handmade? (По надобности)
- О: Ручной труд, ручная работа
- В: Согласны ли Вы, с тем что последнее время все чаще потребители гонятся за уникальностью товара, такого чтобы не как у всех, и находят это в изделиях ручного труда?
- О: Да, конечно, все любят ручную работу и покупают
- В: Товары ручного труда обычно характеризуются уникальностью, оригинальностью. Ваш товар можно описать через эти понятия? Насколько это уместно, необходимо? Как Вы определяете уникальность Вашего товара (Если Да)?
- О: Да, повторить тоже самое повторить будет сложно. Каждая работа уникальна и неповторима.
- В: Как Вам кажется, потребители продукции ручного труда используют ее более бережно относительно продукции массового производства? Есть ли разница в эксплуатации со стороны покупателей?
- О: Да, человек, который покупает ручную работу относится к ней с теплотой
- В: Участвуете ли Вы в различных выставках со своими изделиями?**
- О: Недавно начала, шла туда с той целью, чтобы меня знали
- В: Как Вы думаете, по какой причине существует спрос на изделия ручного труда, ведь масс-маркет может всех обеспечить?
- О: Человек хочется быть индивидуальностью и выделяться на фоне остальных.
- В: Как Вам кажется, какая основная цель у посещающих ярмарку мастеров, выставки с товарами ручного труда – настроение, ощущение праздника или покупки, конкретный товар?
- О: Развлечение, досуг, многие наблюдали ходили
- В: Скажите, пожалуйста, какой у Вас основной род деятельности в настоящее время?
- О: Студент
- В: Ваше образование?
- О: Неполное высшее
- В: Сколько Вам лет?
- О: 24

Интервью 13

Продолжительность интервью 24 минут; Дата интервью 11.05.2016

- В: Вы занимаетесь ручным трудом. Расскажите историю Вашего дела? Как Вы стали этим заниматься? Кто Вас в этом поддерживал?
- О: Стала заниматься примерно года три назад, сначала хотела делать подарки друзьям, потом подумала, что это можно продавать. Поддерживал муж
- В: Какие перспективы развития Вы видите для себя?
- О: Хочу продолжать развиваться, сейчас у меня есть новые направления
- В: Является ли это занятие единственным для Вас? Или оно идет параллельно с другой работой?
- О: Работа есть
- В: Есть ли среди Вашего окружения знакомые/друзья, также изготавливающие вещи с помощью ручного труда?
- О: Очень много, я состою в нескольких рукодельных сообществах города и участвовала в городских ярмарках. До того, как начала этим заниматься: есть одна знакомая, очень раскрученный мастер, ездит по всей России.

- Пожалуй, она была первым моим вдохновителем.
- В: Что значит для Вас Ваша работа (деятельность)? Что Вам дала Ваша деятельность?
- О: Изначально было как хобби, сейчас как **дополнительный заработок, с которого я могу побольше выделить деньги на подарки на Новый год или фестивали.**
- В: Что является самым главным для Вас в Вашей работе? Ваш принцип работы?
- О: Стараюсь поменьше смотреть на другие изделия и побольше выдумывать своего, это занимает, конечно, больше времени. И по началу многие мои изделия были все равно схожи на то, что я видела. Сейчас стараюсь поменьше чужих идей – побольше своих. Хотя это сложно, мотивы, техники все равно все пересекается.
- В: Есть ли у Вас постоянные клиенты? (Как много, если есть?)
- О: Да
- В: С момента начала Вашей деятельности расширился ли круг Ваших знакомств? (Или покупатели только покупателями и остаются?)
- О: Однозначно, волей-неволей перезнакомишься со всеми мастерами пока стоишь на ярмарской площадке.
- В: Если Да, то пользуетесь ли Вы Вашими новыми знакомствами? Помогли ли они Вам в совершенно других областях жизни?
- О: Со многими хорошие отношения, да.
- В: Как Вы называете Вашу деятельность? Ручной труд, авторский, дизайнерский, handmade...?
- О: Handmade, на авторский пока не претендую, там уникальность выше
- В: Как Вы относитесь к такому определению как handmade?
- О: Хорошо
- В: Считаете ли Вы себя сами handmaker? Почему?
- О: Да, но вообще handmader**
- В: Что Вы подразумеваете под понятием handmade? (По надобности)
- О: Туда можно отнести все вообще, начиная от шитья кукол и одежды до кованых изделий, высокий уровень сложности
- В: Согласны ли Вы, с тем что последнее время все чаще потребители гонятся за уникальностью товара, такого чтобы не как у всех, и находят это в изделиях ручного труда?
- О: Нет, не согласна. По-прежнему остаются категории людей, которым нужна только уникальность и которым нравятся обычные вещи, не уникальные по мнению большинства, но уникальные для конкретного покупателя
- В: Товары ручного труда обычно характеризуются уникальностью, оригинальностью. Ваш товар можно описать через эти понятия? Насколько это уместно, необходимо? Как Вы определяете уникальность Вашего товара (Если Да)?
- О: Не все, есть мастера, которые делают по мастер-классу, здесь нет уникальности. В бижутерии вообще трудно что-то уникальное найти. Здесь трудно, так сказать. А свои товары... у меня широкий спектр изделий, которые я делаю, т.к. я постоянно что-то новенькое пытаюсь придумать. Некоторые изделия выходят и правда необычные. Те же планеры, их нельзя назвать уникальными потому что я идею взяла из уже существующих. Для уникальности нужно авторство, элемент дизайна, технология, материал. А иногда так получается, что некоторые мастера говорят, что они колесо изобрели, а потом смотрят, а эта идея уже есть.
- В: Как Вам кажется, потребители продукции ручного труда используют ее более бережно относительно продукции массового производства? Есть ли разница в эксплуатации со стороны покупателей?
- О: Очень все индивидуально.
- В: Участвуете ли Вы в различных выставках со своими изделиями?
- О: Да, редко, раз в три месяца
- В: Как Вы думаете, по какой причине существует спрос на изделия ручного труда, ведь масс-маркет может всех обеспечить?
- О: Почему берут кексики? – есть всегда хочется. Кексики всегда пользуются на всех ярмарках популярностью. Почему берут фанаты атрибутику? – потому что (у меня товары в большинстве своем направлены на приверженцев, на фанатов тех или иных сериалов, мультфильмов, аниме, комиксов, фильмов), они берут потому что видят вещь со своим любимым персонажем. Есть определенный круг дам, которые любят креативные, необычные, чтобы ни у кого такого не было и, например, крупные изделия, конечно, они тоже пойдут на ярмарку handmade товаров. Особенно в Орнамент, он раскручен, элитное помещение с элитными товарами.
- В: Как Вам кажется, какая основная цель у посещающих ярмарку мастеров, выставки с товарами ручного труда – настроение, ощущение праздника или покупки, конкретный товар?
- О: По-моему, люди просто приходят «О, ярмарка». А если идут целенаправленно, то обычно идут за подарками. Сезон 8 марта, 23 февраля, Новый год.
- В: Согласны ли Вы с тем, что сейчас наблюдается рост рукоделия? С чем это связано?
- О: Сейчас каждый человек, кто склеил два предмета, посчитал себя мастером, сделал много таких и пошел на ярмарку. Он уже считает себя мастером и поэтому их очень много. Таких начинающих мастеров есть несколько категорий. Одни — это, например, молодые мамы в декрете, тем, кому нужно как-то подзаработать пока они сидят дома и не ходят на работу. Другая категория – это студенты, молодые, у нас в магазин даже девочки школьницы средних классов приходят. Т.е. тоже где-то посмотрели, что-то смогли, у них заинтересовались друзья, начали продавать друзьям. Студенты тоже идут из-за**

- заработка, тем более сейчас по городу открываются все больше разных ярмарок, как статичных, которые проходят в одном месте постоянно, так и разовых, как в Изумрудном городе постоянно сезонные, праздничные ярмарки. Очень много ярмарок, люди, наверное, видят, что можно заработать.
- В: Отличается ли ситуация в Томске от других городов? Почему?
- О: Очень отличается. На моей работе (магазин товаров для творчества) некоторые женщины приходят и говорят, что у них в городе вообще практически такого не найти, в том числе товаров для handmade и самих ярмарок по handmade. Просто в городе это не распространено. Кажется, из Дании женщина русская приезжала и закупалась у нас. Говорит, там понятие сделать самостоятельно вообще такого нет. Это удивительно, что человек себе сам что-то сделал, а не купил.
- Возможно, в некоторой степени стимулировало открытие магазинов с товарами для творчества, хотя здесь я не берусь утверждать. Возможно, сообщества, объединения мастеров, которые вышли на улицы и преподнесли это, они показали тем самым, что это возможно. И начали появляться новые сообщества. (Предложение, а потом спрос).
- В: Скажите, пожалуйста, какой у Вас основной род деятельности в настоящее время?
- О: Работа, продавец
- В: Ваше образование?
- О: Среднее специальное (фотограф)
- В: Сколько Вам лет?
- О: 27

Интервью 14

Продолжительность интервью 1 ч 43 минут; Дата интервью 12.05.2016

- В: Вы занимаетесь ручным трудом. Расскажите историю Вашего дела? Как Вы стали этим заниматься? Кто Вас в этом поддерживал?
- О: Я 6-ой год валяю. А начиналось все с рисования. Стремление к творчеству было всегда. И это где-то внутри все копилось, потом у меня родился второй ребенок. У нас была квартира в черновой отделке и нам пришлось туда въезжать, так обстоятельства сложились. И все эти серые стены они во мне все это всколыхнуло, я стала рисовать. Я совершенно не умею рисовать. А моя подруга занималась арт-терапией, и она приходила и говорила: «Лилия, вот эти точки не очень красивые, а вот эта точка, Боже мой, Лилия, какая это точка посмотри!». Она всегда поддержку оказывала и ей нравилось то, что я делаю. Мужу тоже нравилось. Все были довольны и я в том числе. Я понимала, что основное мое занятие быть мамой, пока моя дочка вторая росла. И я так в спокойном режиме рисовала, потом я поехала на ярмарку распродала все свои береточки и познакомилась с очень интересными людьми. Потом стали у меня заказывать эти беретки, они продавались где-то по всему миру. А потом я познакомилась с валянием, приехала моя сестра: «Лилия, я такое увидела. Это вообще что-то невозможное». Она привезла в подарок пинеточки, мы их все крутили. Она мне быстренько показала, как что нужно делать. Я подумала: «Ну все, я уже мастер». Когда я свалила свой первый берет, я помню, вышла на улицу, я шла и понимала, я просто королева. Такого нет ни у кого. потом я нашла здесь женщину, которая занималась мокрым валянием, какие-то азы я взяла у нее. Она вселила в меня уверенность очень сильную. А потом конечно я стала самостоятельно развиваться, я стала очень-очень много валять. Помню, как первый раз заказала аж на три тысячи итальянскую шерсть. Мне казалось, что это вообще баснословные деньги. Я брала кусочек и по ниточке тряслась, потому что это золото просто. Это дорого внутри. Я не имела права ошибиться. Это очень концентрирует тебя. Тотальное присутствие. Потом я ездила училась. Сейчас стараюсь каждый год съездить к мастерам поучиться, пообщаться. Хочется развиваться, технология новая, позволяет очень много экспериментировать. Ты можешь изобрести новую технику. Это некоторая бесконечность в этом материале.
- В: Какие перспективы развития Вы видите для себя?
- О: Хотелось бы какое-то производство, конечно. Но сейчас немного сложно мне про перспективы говорить. Мне бы хотелось школу войлока открыть в Томске. Войлок можно предлагать, как средство отдыха.
- В: Является ли это занятие единственным для Вас? Или оно идет параллельно с другой работой?
- О: Да, ничем больше не занимаюсь
- В: Есть ли среди Вашего окружения знакомые/друзья, также изготавливающие вещи с помощью ручного труда?
- О: Да, практически все занимаются ручным трудом
- В: Что значит для Вас Ваша работа (деятельность)? Что Вам дала Ваша деятельность?
- О: Внутреннюю силу. Как дело, которое ты безумно любишь, тебя наполняет духовно, развивает, обогащает. Я вижу, как я изменилась. Через это дело я поняла много своих внутренних моментов. Я вообще считаю, что любое дело дает тебе духовное начало. Я работаю над качествами своими, я понимаю свои плюсы и минусы, я постоянно нахожусь в поиске. Иногда так хочется выключиться и сказать: «Я не могу». Просто тихонечко валять и ничего не делать, но тут же нужно понимать, что есть финансовая ответственность – я плачу аренду за мастерскую, это дело меня кормит тоже нужно учитывать. ты постоянно должен находить пути решения вопросов, например, по поиску клиентов. Дело держит тебя в тонусе. И это тоже хорошо.
- Любой творческий процесс - это восхитительно, он настолько эмоционально наполнен. Сейчас столько людей в депрессии, у меня была одна такая ученица у нее была жесткая депрессия, она сидела на препаратах

психотропных, очень тяжелых, от которых ты просто не вменяем, ты не находишься в этой реальности. Она пришла ко мне, и я ей предложила просто повалять. И она так осторожно это стала делать, потихоньку стала замечать цвета, мягкость материала. Она стала выходить из этого состояния, стала потихоньку валять, так для себя, конечно. Я думаю, это очень замечательно. Это целительный процесс, это то, что человека делает цельным, полным, то, что тебя наполняет. Ты туда вкладываешь, а тебе это возвращается в три раза больше. И если ты начинаешь это чувствовать, то это такая радость. Я считаю, это просто божественный процесс. **Сейчас в жизни мало вещей настоящих. А это дело одно из настоящих дел.** Это не перепродажа чего-то, многие люди сейчас транспортеры, от одного другому.

В: Что является самым главным для Вас в Вашей работе? Ваш принцип работы?

О: Самое главное – это качество. Сейчас в Томске начинают валять, и я своим ученикам говорю: «Не продавайте свои первые работы, потому что через два года вы увидите какой это был ужас». В войлоке нет критериев качества 100%, но я уже за км вижу недоваленный шарфик. Поэтому я стараюсь мастерам тактично об этом сказать, не хочу, чтобы по отношению к войлоку люди относились плохо. У нас город маленький, если кто-то купил недоваленную вещь, сказал подруге: «Я вот купила, знаешь, такая дрянь», это передается остальным. И это несправедливо, мне бы хотелось, чтобы люди носили войлочные вещи, они восхитительные, они необычные, а еще это очень комфортно, если делать тонкий войлок, то летом в нем ни жарко, ни холодно.

В: Есть ли у Вас постоянные клиенты? (Как много, если есть?)

О: Я зарабатываю, есть, конечно, но этот вопрос постоянный. Люди не хотят одинаковых вещей, надо развиваться

В: С момента начала Вашей деятельности расширился ли круг Ваших знакомств?

О: Конечно.

В: Если Да, то пользуетесь ли Вы Вашими новыми знакомствами? Помогли ли они Вам в совершенно других областях жизни?

О: Нет, наверное

В: Как Вы называете Вашу деятельность? Ручной труд, авторский, дизайнерский, handmade...?

О: **Это конечно не handmade, потому что я выхожу на профессиональный уровень, я склоняюсь назвать это дизайнерская ручная работа.**

В: Как Вы относитесь к такому определению как handmade?

О: Неоднозначно, хорошо, конечно, что человек может в это погружаться.

В: Считаете ли Вы себя сами handmaker? Почему?

О: Нет, уровень не тот

В: Что Вы подразумеваете под понятием handmade? (По надобности)

О: Сейчас такое неоднозначное отношение к слову handmade, потому что люди еще не привыкли к качественному handmade, это ведь стало развиваться лет 5 назад. **Мне кажется handmade очень разнообразный. Здесь можно приобрести профессию. Но не весь он качественный. Когда я вижу непрофессиональные работы, я думаю – это люди, которые очень хотят чувствовать, они хотят поймать в себе этот кайф, они делают это из удовольствия.**

В: Согласны ли Вы, с тем что последнее время все чаще потребители гонятся за уникальностью товара, такого чтобы не как у всех, и находят это в изделиях ручного труда?

О: Это вопрос человеческого сознания. Что такое уникальность? Когда я внутри себя понимаю, что я такая. И я готова себя такой принять.

В: Товары ручного труда обычно характеризуются уникальностью, оригинальностью. Ваш товар можно описать через эти понятия? Насколько это уместно, необходимо? Как Вы определяете уникальность Вашего товара (Если Да)?

О: Эти слова такие затасканные сейчас, они совершенно не отвечают тому, что ты видишь. Когда говорят «уникальный», у меня внутри сразу сопротивление этому слову. Или «эксклюзивный». Я в жизни не приду в магазин с рекламой «эксклюзивные платья». Эти слова неправильно использовали и сейчас они не несут той смысловой нагрузки, которую мы туда вкладываем. Я сталкивалась с такой сложностью: как же назвать? Авторские работы или эксклюзивные... Я понимаю, что людям до тошноты это. Все слова, что у нас на слуху, они не работают сейчас. Эти слова исподтратились. Они истрачены. Они этого образа уже не несут. Я сама долго искала слоган своей работе. Я назвала ручная одежда, но я могу расшифровать то, что туда закладываю я. А эти слова...они опустели, в них мало чувств, они жесткие и холодные.

Изделия ручного труда очень трудно повторить, невозможно по правде говоря, да и на самом деле неинтересно это никому. Мне интересен я, так вот как я смогу это сделать? Ты проявляешь себя. Знаете, еще у нас в войлоке у всех отличается он на ощупь, какие мы все разные, даже вываливая материал он получается разным. **И эта разность убирает конкурентов, когда ты до этого дойдешь внутри: «Я понимаю, что отличаюсь тем, что меня просто зовут по-другому и руки у меня другие».**

В: Как Вам кажется, потребители продукции ручного труда используют ее более бережно относительно продукции массового производства? Есть ли разница в эксплуатации со стороны покупателей?

О: Я думаю, что да. Я знаю про свою одежду, мне многие говорили, что носят ее на праздники и важные события. Хотя тут еще материальный вопрос стоит. Эта одежда не для каждого может быть повседневной, а кто-то может себе позволить такую одежду покупать хоть каждую неделю. Каждый по-разному. А вообще я авторские работы прям обожаю! Всегда с благодарностью к автору отношусь, вспоминаю его, когда одеваю,

например, авторские украшения.

В: Участвуете ли Вы в различных выставках со своими изделиями?

О: Да, редко

В: Как Вы думаете, по какой причине существует спрос на изделия ручного труда, ведь масс-маркет может всех обеспечить?

О: Что касается войлока и одежды из него – люди хотят другой фактуры, других линий. Я их сама хочу, я хожу по магазинам и понимаю, что я хочу других линий. **Люди хотят пережить красивой истории в себе.** У меня девочка была, клиентка, заказала курточку фиолетовую, подобрала ботиночки, юбочку и на следующий день после покупки звонит и говорит: «Лиля, на меня сегодня так парень засмотрелся, что врезался в столб. Я такая счастливая!». Вот почему она купила вещь? Она могла бы себе сиреневую курточку купить в магазине. **Но она же заказала ее у меня, потому что она хочет, чтобы парень врезался в столб, чтобы тетки на остановке стояли и разглядывали тебя.** Это чувство некой особености. Это некая история про тебя.

В: Как Вам кажется, какая основная цель у посещающих ярмарку мастеров, выставки с товарами ручного труда – настроение, ощущение праздника или покупки, конкретный товар?

О: За тем и другим. Прихожу на ярмарку, бросаю все свое и бегу посмотреть кто что нового сделал.

В: Согласны ли Вы с тем, что сейчас наблюдается рост рукоделия? С чем это связано?

О: Во-первых, **это возможность обратиться к самому себе.** Мне кажется, это очень хорошо, потому что раньше, в моей юности, этот handmade в каком-то роде тоже был: мамочки вязали, шили, это просто не продавалось, делалось для семьи, для детей, иногда дарили. Да и так это не называлось, это было в порядке вещей. Конкретно про войлок могу сказать, что сейчас он выходит на подиум, делают коллекции войлочные. Меня лично это очень радует. И вообще приятно, что столько милых работ сейчас делают, там столько тепла, хотя не весь handmade мне нравится, сейчас много откровенно пошлых работ. Много моих знакомых стали тоже чем-то заниматься, и я вижу, как они растут. Любое дело способно человека изменить. Я думаю смысл в этом. **Люди наелись китайского простого примитивного. Человек через вещи ручного труда чувствует это тепло. Handmade дарит людям тепло, любовь и свою картину мира. Люди с помощью него ищут путь к самому себе и к окружающим. Человек социальное существо и всегда хочется показать – а я вижу вот так.**

В: Отличается ли ситуация в Томске от других городов? Почему?

О: **В нашем городе не то, чтобы печальная ситуация...все-таки здесь не такой большой ресурс. Нужна материальная база, для тех же материалов, станков для обработки более профессионально тот же материал. Не каждый может позволить, например, девочки, которые делают украшения, делать серебряную фурнитуру.** Еще вкусовые предпочтения, это очень трудно найти своего человека, хотя красивые вещи все равно продадутся.

В: Скажите, пожалуйста, какой у Вас основной род деятельности в настоящее время?

О: Валяние, не работает

В: Ваше образование?

О: 2 высших (учитель русского языка и психолог)

В: Сколько Вам лет?

О: 41

Интервью 15

Продолжительность интервью 2 ч 1 минут; Дата интервью 13.05.2016

В: Вы занимаетесь ручным трудом. Расскажите историю Вашего дела? Как Вы стали этим заниматься? Кто Вас в этом поддерживал?

О: Тот вид творчества, которым я занимаюсь, называется скрапбукинг. Скрап – вырезка, бук – книга. Вырезка из книги. Изначально скрапбукинг – это альбомы, но со временем это все развивалось, стали делать открытки, сейчас очень популярны блокноты, книги, дневники...сейчас, во время кризиса, все стараются сделать так, чтобы творчество было полезным, не просто поставил на полочку и это пылится, а, чтобы это было применимо. Поэтому блокноты сейчас набрали популярность, альбомы в основном детские и свадебные. Моя история началась так. Я закончила университет Политехнический, пошла работать и как-то стало скучно мне, так как всю жизнь я ходила в какие-то кружки, поделки делала, когда стало скучно, решила пойти на курсы флористики в 2008, примерно. На курсах флористики пришла девочка и провела мастер-класс по скрапбукингу, открытке в этой технике. Меня это так затянуло, что я забыла про флористику всю. И занялась скрапом. Тогда материалов было очень мало: маленькое разнообразие и качество хуже, чем сейчас. Делали из того, что было. Со временем скрапбукинг стал набирать популярность у нас в стране. Материалов стало очень много появляться. Например, сейчас в кризис наши российские скраперы стали производить материалы. На мастер-класс ко мне девочки приходят, у них глаза разбегаются, они не знают с чего начать, а когда я начинала, мне в этом плане было проще, я постепенно узнавала все. У меня было немного материала, я сделала открытку, потом альбомчик, тогда о блокнотах речи не было, это не было популярным, в основном открытки. И потом года через два пошли блокноты, альтер-скрап (декорирование предмета в технике скрапбукинг). Сейчас если люди начинают заниматься скрапбукингом у них просто каша в голове. Скрапбукинг в себя много что может включать – и декупаж и вышивку. Мой стаж – 8 лет. Были перерывы в творчестве – творческие кризисы, как у всех творческих. Работу я тогда бросила, у меня муж работал, я могла себе

позволить не работать. Полгода я просидела, мне стало скучно, дома не хватает общения с людьми, я тогда не проводила мастер-классы, я мало общалась с творческими людьми. Я пошла на курсы бухгалтера, пошла работать. Опять недолго, вернулась в творчество. Меня кидают туда-сюда. Сейчас у меня очередной этап кризиса, но он связан с разочарованием нашего российского скрап-сообщества. Изначально муж поддерживал, он был совершенно не против, что я этим занимаюсь, хотя это требовало больших финансовых вложений, это очень дорогое удовольствие. Родители к этому никак не относились. Мама меня стала поддерживать в этом лет, наверное, через пять. В основном меня поддерживает муж, хотя как он говорит: «Скрапбукинг украл у меня жену».

В: Какие перспективы развития Вы видите для себя?

О: Актуальный для меня вопрос, мучает меня последние три месяца. **Сейчас очень сильно все ударились в зарабатывание денег. Творчество уходит на второй план, и я говорю не только про других, но и про себя.** И меня это очень сильно угнетает. Когда я ушла с работы, я планировала зарабатывать на этом. Но, тогда как раз кризис настал и все стало очень тяжело, раньше у меня было больше заказов, и люди не так скупчились на оплату ручного труда. Многие делают работы попроще, мастера, которые раньше усиленно развивались, у них работы сейчас застопорились на одном уровне, в том числе и у меня. Я это заметила три месяца назад с ужасом для себя. **Желание выдвинуть товар на продажу, заработать, опустошает, сесть и сотворить что-то тяжело становится. Меня успокаивали, говорили, что мои работы красивые, да это так, но таких работ полный интернет, а вот индивидуальности в них нет. Они рассчитаны на простого обывателя, обычного человека, которому не нужно что-то замудренное, ему нужна просто красивая вещь и они ее покупают. А хочется делать что-то особенное. Вот у меня сейчас и дилемма – творчество или заработок?** И сейчас я больше склоняюсь к тому, что я снова вернусь на работу и буду творить только для себя. Заказы буду брать от постоянных заказчиков, но работать как сейчас уже не буду. Мне понравились цветы из холодного фарфора, вот думаю, может новую технику освоить? Переключение тоже иногда помогает. Ты учишься чему-нибудь новому и мысли приходят по твоему творчеству.

В: Является ли это занятие единственным для Вас? Или оно идет параллельно с другой работой?

О: Да, есть вышивка, но это только для себя.

В: Есть ли среди Вашего окружения знакомые/друзья, также изготавливающие вещи с помощью ручного труда?

О: Да, очень много знакомых, я провожу мастер-классы, творческого общения мне хватает.

В: Что значит для Вас Ваша работа (деятельность)? Что Вам дала Ваша деятельность?

О: До скрапбукинга я была закрытым человеком для людей в плане эмоций, может это воспитание такое, у меня было много комплексов, я задумывалась о мнении других людей. **А когда я стала заниматься творчеством, я стала общаться с творческими людьми и мир стал ярче, пусть это будет банально, но это на самом деле так. Вся шелуха мирская, она вообще ничего не значит в этом мире. Ты носишь то, что ты хочешь, ты разговариваешь так, как хочешь. Больше не заморачиваешь по поводу того, как меня воспримут другие люди. Я стала более открытой, более общительным человеком.** С мастер-классов я научилась понимать людей. Единственный недостаток, который появился у меня с этим занятием, это ну не зависть, просто, когда я смотрю на работы других людей, я думаю: «почему я так не могу». Как люди успевают сделать столько дел одновременно? В инстаграмме человек (скрапер) успевает и делать работы, у него заказы на два месяца вперед, при этом у него двое детей, муж и они еще путешествуют. Я вот думаю это реально или это обман? Когда это успевать? Есть в скрап-сообществе люди, которые делают все очень быстро. В итоге потом, в открытую это нигде не говорится, в закрытых сообществах пишется, что мол заказала у именитой скраперши блокнот, такой корявый оказался, теперь понимаю, что надо его переделать, строчки кривые, что-то отваливается. И у нас в Томске тоже девчонки были, все же думают, что на этом можно заработать. **На мастер-класс приходят: «Сейчас мы сделаем открытку и пойдем штамповать!». Или спрашивают за сколько можно блокнот продать. Я им отвечаю: «Сейчас сделаете, скажете мне за сколько вы его продадите». Когда они его делают, они говорят: «Это бесценный труд». И это правда так.** Сидишь пять часов над блокнотом, работаешь, иногда, если сложный блокнот, то и больше времени уходит. **Вообще я часто провожу мастер-классы, люди разные приходят. Кто-то приходит, думает, что он на этом будет зарабатывать. Раньше особенно, сейчас реже. Иногда приходят ради творчества, они ходят развиваются и становятся мастерами, продают работы или мастер-классы проводят. А вот еще у меня есть девочка, у нее просто хобби – ходить на мастер-классы, говорит, что дома не может, ей нужно общение. Так вот те, кто думает, что этим будет зарабатывать, они чаще всего испаряются, потому что понимают, что это не выгодно. Скрапбукинг – это не выгодно. Может быть украшения делать выгодней, я не знаю. Мастер-класс — это еще и реклама магазину, в Томске трудно найти площадку для мастер-класса. Магазины требуют платить аренду. Все хотят наживаться на мастерах, на handmade: ярмарки, студии, торговые площадки. При этом ничего не вкладывая. На тех же ярмарках приходят девочки, смотрят кто что делает, потом повторяют и продают. Занимаются не ради творчества, а для того, чтобы заработать. Но я не знаю в Томске ни одного творческого человека, который на своем деле безумно разбогател и теперь путешествует, дорого одевается, пропадает в спа.**

В: Что является самым главным для Вас в Вашей работе? Ваш принцип работы?

О: Порядочность должна быть всегда. Не воровать чужие идеи.

В: Есть ли у Вас постоянные клиенты? (Как много, если есть?)

О: Сейчас нет, раньше были. Не тот вид творчества, чтобы постоянно заказывать.

- В: С момента начала Вашей деятельности расширился ли круг Ваших знакомств? (Или покупатели только покупателями и остаются?)
- О: Да, люди приходят и уходят, я легко нахожу общий язык. Знакомых полно.
- В: Если Да, то пользуетесь ли Вы Вашими новыми знакомствами? Помогли ли они Вам в совершенно других областях жизни?
- О: Да, помогали, совсем не те, от которых я ожидала.
- В: Как Вы называете Вашу деятельность? Ручной труд, авторский, дизайнерский, handmade...?
- О: Ручная работа. Обычно пишу: открытка ручной работы. Handmade.
- В: Как Вы относитесь к такому определению как handmade?
- О: Нормально, я не против использования английских слов.
- В: Считаете ли Вы себя сами handmaker? Почему?
- О: Нет, я говорю просто, что занимаюсь скрапбукингом.
- В: Что Вы подразумеваете под понятием handmade? (По надобности)
- О: Ручной труд
- В: Согласны ли Вы, с тем что последнее время все чаще потребители гонятся за уникальностью товара, такого чтобы не как у всех, и находят это в изделиях ручного труда?
- О: **Да, они ищут уникальность, но не всегда потребитель понимает, что значит это слово. Разные люди делают практически одинаковые работы, продаваемый товар. Когда люди это покупают, они думают, что они уникальные. И только мы, мастера, между собой знаем, что это не уникальная работа. Что ее скопировать и сделать подобную очень легко. Но этим товаром все равно не будут обладать миллионы людей, десятки может быть, даже сотни пусть. Поэтому если рассматривать уникальность с точки зрения миллиардности населения нашей планеты и обладать этим будут сотни, то да, это уникальная вещь. Если взять просто сборку – где там индивидуальность? Именно лицо мастера. А у нас есть мастера со своим стилем, они его придерживаются, и ты его узнаешь, ты ни с чем не спутаешь эту работу, вот это уникальность. Но на самом деле простому обывателю это не нужно. Ему нужно ощущение, что он приобрел вещь ручной работы. Иногда на ярмарках подходят люди, они не покупают, просто подходят и восхищаются: «Это же ручная работа». Потому что завод – это обезличенное существо, а когда ты покупаешь у человека, ты покупаешь у конкретного мастера, это уже лицо. Единственное, что покупатели иногда думают, что ручное должно стоить дешевле заводского. Но есть, конечно, и те, кто понимает стоимость и значимость этих вещей.**
- В: Товары ручного труда обычно характеризуются уникальностью, оригинальностью. Ваш товар можно описать через эти понятия? Насколько это уместно, необходимо? Как Вы определяете уникальность Вашего товара (Если Да)?
- О: Да. Ручной труд – это, конечно, же уникальный. Я в описании так не пишу, может быть это плохо. Есть то, что я делаю уникальным. Меня просят повторить, и я сразу отвечаю: «Больше у меня такого не получится».
- В: Как Вам кажется, потребители продукции ручного труда используют ее более бережно относительно продукции массового производства? Есть ли разница в эксплуатации со стороны покупателей?
- О: Думаю, отличается. Например, когда покупают, люди говорят: **«Как я его в сумке буду носить! А если он замарается».** Замарается он не больше, чем заводской. Т.е. магазинный не жалко, а ручной работы жалко, даже при цене одинаковой. Или девчонки на мастер-классе делают блокноты, потом кому-нибудь подарят, а потом жалуются: «Подарила маме, а он у нее лежит, она в нем не пишет» либо «Мне жалко в нем писать». Больше эта вещь получается для эстетической красоты, чем для практического использования. Люди не боятся писать в маминых дневниках, они для того и предназначены.
- В: Участвуете ли Вы в различных выставках со своими изделиями?
- О: Да, новогодних либо других праздничных.
- В: Как Вы думаете, по какой причине существует спрос на изделия ручного труда, ведь масс-маркет может всех обеспечить?
- О: **Индивидуальность. Если делаешь под заказ. Инициализация, именной, например, блокнот. Особенно это относится к маминым дневникам, альбомам. Альбомы идут с фразами, поэтому я скидываю человеку фразу какие он бы хотел там видеть. Альбом – это ведь настроение. И тогда получается, когда ты смотришь альбом, читаешь все эти фразы, разглядываешь фотографии, приходят ассоциации, воспоминания. Ты можешь сам варьировать создание альбома, где должно быть больше фотографий, разделов, места под записи, либо наоборот.**
- В: Как Вам кажется, какая основная цель у посещающих ярмарку мастеров, выставки с товарами ручного труда – настроение, ощущение праздника или покупки, конкретный товар?
- О: Сейчас ярмарки мало создают настроение. **Люди приходят пообщаться, за эстетическим удовольствием.** Обычно это взрослые, ближе к пенсионному возрасту. Есть те, кто приходят на ярмарки за подарками к 8 марта или новому году. А для настроения ярмарки в 2-3 дня. Например, в 1000 мелочах, это уже площадка.
- В: Согласны ли Вы с тем, что сейчас наблюдается рост рукоделия? С чем это связано?
- О: **На самом деле люди думают, что это легко. Я участвую в ярмарках, люди подходят смотрят и говорят: «А я тоже так сделаю». Приходят такие люди на мастер-класс, сначала они сами пытаются сделать, а потом понимают насколько это сложно. Это тяжелый труд, все делается с нуля. Поэтому многие уходят в украшения – в сборку: подвеска, три бусинки – ничего сложного. Серьги зачастую собрать намного**

быстрее, чем тот же блокнот. Еще начинают шить игрушки, тоже популярный вид творчества. И, конечно же, мыловарение. Все как один подаются в это мыловарение. Это так легко. Но я это мыло не люблю. Я ходила на мастер-класс по изготовлению мыла с нуля и это интересно. В Томске этим занимаются единицы. И они на ярмарки не ходят, потому что у них заказы постоянные идут. Мыло недешевое. Если обычное мыло кусочек стоит 100 руб., то мыло с нуля такой же кусочек – 250 руб. мыло с нуля готовится с щелочью, месяц после приготовления должно полежать, чтобы щелочь выветрилась, и чтобы ожог химический не получить, только потом продавать. Такое мыло покупаешь у проверенных мастеров, кто давно этим занимается. Кто попало с улицы не станет этим заниматься. Я сначала сама думала варить такое мыло, а потом посмотрела, как его готовить, так проще купить. Это ведь опасно, это и перчатки, и респиратор, и хорошо проветриваемое помещение. А самый простой способ приготовить мыло – это купить мыльную основу в магазине, добавить туда масло, ароматизатор, все расплавил, в формочку залил, вот и мыло готово. Раньше, когда я стала заниматься скрапом, мыло тоже начало набирать популярность, делали бомбочки для ванн – классная штука – продавали их недешево, смять все это тоже тяжелый труд, делали для губ бальзам, девочка этим занималась, я покупала, фору даст любому магазинному, крема, шампуни делали. Сейчас ничего этого нет. Только мыло и все. Потому что остальное требует времени и вложений. А еще стоимость на это большую не поставишь – люди к этому недоверчиво относятся, пока ты все это раскрутишь... проще купить основу для мыла, добавить масло и по 100 руб. продавать. **Большинство людей стремятся именно заработать. И за собой такую тенденцию стала замечать. На ярмарку я делаю простые работы и сразу всех предупреждаю, что на заказ это дороже. Все хотят индивидуально, красиво и дешево.**

В: Отличается ли ситуация в Томске от других городов? Почему?

О: В стране очень много площадок по стране, самая результативная Ярмарка мастеров. Handmade сейчас очень много в стране, они вроде бы уникальные, но по стилю их вообще не отличишь. А еще качеством работы не отличаются. Я на таких сайтах работы не выкладываю, кроме зарубежного одного. Там можно сравнить покупателей, например, они (зарубежные покупатели) готовы заплатить за товар те деньги, которые мастер выставляет. В зарубежных сайтах еще есть фактор то, что мы из России, доставка долгая очень. **В принципе славянский Handmade ценится за рубежом. Например, наш уровень выше, чем у американцев, в скрапбукинг. У них мало смыслового скрапа, красиво да, но без эмоций.**

В: Скажите, пожалуйста, какой у Вас основной род деятельности в настоящее время?

О: Не работает

В: Ваше образование?

О: Высшее, ТПУ

В: Сколько Вам лет?

О: 30

Интервью 16

Продолжительность интервью 37 минут; Дата интервью 15.05.2016

В: Вы занимаетесь ручным трудом. Расскажите историю Вашего дела? Как Вы стали этим заниматься? Кто Вас в этом поддерживал?

О: Я занимаюсь росписью по дереву, в основном это роспись русского севера: красно-черные орнаменты, мезенская роспись, сейчас я ее еще и преподаю. А начинала заниматься росписью 2010 году, прошло уже получается 6 с половиной лет. Просто увидела в Вконтакте объявление Светланы Липовки, она отучилась в Новосибирске и решила поучить здесь в Томске. Я никогда о ней не слышала раньше, но почему-то просто захотелось пойти. Я отходила месяц с небольшим, а потом мне по личным причинам пришлось уехать, но мне это так запало в душу, что я стала покупать книги по этой теме, стала искать в интернете, купила себе заготовки и начала пробовать сама. Втянулась. Дальше стала изучать борецкую роспись и холмогорскую роспись. И потянуло вообще в эту культуру. Когда начинаешь этой росписью заниматься, приходит самоосознание себя, кто ты и откуда? Сейчас у меня есть уже и авторские вещи, чем дольше занимаешься, тем глубже хочется копнуть, сейчас я ушла в орнамент 10 века, это уже книжный орнамент, буквицы, церковные книги, я это переношу на дерево. Получается авторская вещь. Заинтересовалась еще русским лубком, это птица сирена узнаваемая. По любви начала заниматься, выросло в профессию. Теперь уже учу сама. Муж поддерживал в начинании. Я переводчик со стажем, когда в семье родители узнали сказали: «Ты этим не заработаешь, занимайся этим в выходные либо по вечерам, как ты будешь на пенсии жить». Пресловутая пенсия, все про нее говорят, это главный аргумент.

В: Какие перспективы развития Вы видите для себя?

О: Есть планы. Чем дольше всем занимаешься, тем больше хочется уходить в свое авторское, и становится не одним из многих, а узнаваемым автором. Естественно никто из нас это уже не бросит. Это уже образ жизни. А так у меня еще увлечение появилось – я приобрела ткацкий станок настольный. Я очень шарфы люблю. Хочется делать шарфы и платки на ткацком станочке авторские. Поэтому хочется еще один магазинчик, хотя бы в интернете, открыть.

В: Является ли это занятие единственным для Вас? Или оно идет параллельно с другой работой?

О: 2 года уже как единственное

В: Есть ли среди Вашего окружения знакомые/друзья, также изготавливающие вещи с помощью ручного труда?

О: Почти все

- В: Что значит для Вас Ваша работа (деятельность)? Что Вам дала Ваша деятельность?
- О: Уже давно не разделяю работу и жизнь. Это было раньше, когда ты ходишь в офис и думаешь: «Понедельник, надо прожить эти 5 дней». Сейчас по-другому все, просыпаешься утром, лежишь в постели, а у тебя уже планы. Поэтому каждый день встречаешь и думаешь, как его растянуть, чтобы резиновый получился. И иногда даже жалеешь, что не успела доработать.
- В: Что является самым главным для Вас в Вашей работе? Ваш принцип работы?
- О: Смысл должен быть везде. Во-первых, мои вещи должны быть функциональны, во-вторых, если ты делаешь на вещи роспись, она должна быть не только красивой, но и нести смысл. Например, мезенская роспись вся символичная очень. Я отслеживаю людей, которые в этом направлении работают и вижу, что многие просто копируют бездумно, а мне нравится, когда каждую досточку можно «прочитать», ее послание. И в-третьих, мне нравится поддерживать все это. Такая ниточка традиции. Она как идет издалека, и ты ее передаешь. Вот немножечко сделаешь неправильно, что-то переврешь и эту ниточку передашь дальше в искаженном виде. Я ощущаю, что от меня зависит эта правдивость наша историческая традиция. Поэтому, когда я учу своих учеников, я всегда говорю, чтобы относились к этому серьезно. Это наша с вами культура, история. Мало кто знает нашу культуру, и мне очень обидно, я общаюсь с иностранцами в силу своей прошлой профессии (у меня есть магазинчик зарубежный в интернете) и они-то все свои традиции знают. Ирландцев возьмите, к примеру. А у нас русский костюм вообще не правильный сейчас. То, что показывают на масленице – щеки красные, девочки в кокошниках, это же не было на самом деле и никакого отношения к нашей культуре не имеет. Все это придумано в советское время. А хочется нести то, что было на самом деле. И так обидно, у нас на самом деле такая богатая и красивая культура, а ее подменили этой выдуманной клюквой, как ее называют, и поэтому у наших молодых людей представление о нашей культуре превратное. Нам есть чем гордиться. А мы с пренебрежением к этому относимся. **И еще интересно то, что иностранцы готовы платить совершенно другие деньги за наши культурные ценности. Иностранцам я выставляю вещи по другой цене. Да и вообще у нас отношение к handmade другое: почему так дорого, вы же это руками сделали. А за границей наоборот: вы это руками сделали, поэтому это так дорого.**
- В: Есть ли у Вас постоянные клиенты? (Как много, если есть?)
- О: Есть, в основном все с Москвы, с Питера, с заграницы, в Томске очень мало
- В: С момента начала Вашей деятельности расширился ли круг Ваших знакомств?
- О: Конечно
- В: Если Да, то пользуетесь ли Вы Вашими новыми знакомствами? Помогли ли они Вам в совершенно других областях жизни?
- О: Да, бывает
- В: Как Вы называете Вашу деятельность? Ручной труд, авторский, дизайнерский, handmade...?
- О: Я даже не задумывалась, роспись по дереву, ручная работа
- В: Как Вы относитесь к такому определению как handmade?
- О: Не знаю, сделано руками, очень точный термин
- В: Считаете ли Вы себя сами handmaker? Почему?
- О: Нет
- В: Что Вы подразумеваете под понятием handmade? (По надобности)
- О: **Сделано руками, что-то такое попсовое: бусики, дамские украшения**, а у нас мастер делал репродукцию картину «Утро в сосновом лесу» из дерева – вот язык не повернется ее handmade назвать. Для меня handmade – это что-то рангом ниже
- В: Согласны ли Вы, с тем что последнее время все чаще потребители гонятся за уникальностью товара, такого чтобы не как у всех, и находят это в изделиях ручного труда?
- О: **Если есть предложение, значит и спрос есть. Я помню кризис 90-х в стране, придешь в школу в свитере вязаном домашнем, а тебе говорят: «Ой, что мама сама связала». И тебе стыдно за это. Сейчас все по-другому, я знаю мастериц, которые вяжут платья крючком и продают их за 20 тыс. и это продается, значит и спрос есть.**
- В: Товары ручного труда обычно характеризуются уникальностью, оригинальностью. Ваш товар можно описать через эти понятия? Насколько это уместно, необходимо? Как Вы определяете уникальность Вашего товара (Если Да)?
- О: Ох, до того заезженные слова, до тошноты. Слова заездили настолько, что эти вещи не воспринимаются действительно уникальными. Как-то по-другому нужно свои товары называть, это уже замылено. Я стараюсь таких слов избегать, когда про себя пишу.
- В: Как Вам кажется, потребители продукции ручного труда используют ее более бережно относительно продукции массового производства? Есть ли разница в эксплуатации со стороны покупателей?
- О: конечно, в большинстве своем. У меня есть две категории: заказчики через интернет и покупатели с ярмарок. **Вот заказчики все до одного относятся к этой вещи, как к дорогой тебе вещи. Приходят отзывы: «С Вашими работами будто в сказке побывал», «Ребенку подарили игрушку Вашу, и он с ней спать лег» или «У меня в доме теперь теплее стало» и понимаешь, что вещи в хороших руках.** А на живых ярмарках часто подходят ищут, чтобы туесок крепенький был, на доске резать можно было, чтобы функциональные были товары. Это тоже должно быть, но больше вещи ручной работы покупают, потому что они не массовые. Мастер в них душу вдохнул. **И, людей еще греет то, что у него такое есть, а у других нет.**

- В: Участвуете ли Вы в различных выставках со своими изделиями?
- О: Да, последнее время меньше
- В: Как Вы думаете, по какой причине существует спрос на изделия ручного труда, ведь масс-маркет может всех обеспечить?
- О: у меня специфика традиционной культуры. Мои покупатели те, кто интересуется культурой нашей, вот они очень много берут, потому что, даже те москвичи, которые ходили на закрытую ярмарку Ладья, говорят, что такого как я делаю нет больше нигде, в Ладье больше промыслов, поточные работы, без разницы в каком ты настроении, ты это должен делать. Потому и берут у частных художников, там можно понять даже в каком настроении мастер исполнял работу.
- В: Как Вам кажется, какая основная цель у посещающих ярмарку мастеров, выставки с товарами ручного труда – настроение, ощущение праздника или покупки, конкретный товар?
- О: Многие приходят потусоваться просто. Люди ходят за развлечениями, просто события. А целенаправленно, не думаю.
- В: Согласны ли Вы с тем, что сейчас наблюдается рост рукоделия? С чем это связано?
- О: **Не хватает людям живого.** Достаточно посмотреть журналы, что там рекламируется? Идеальные линии, все должно быть идеально, перфекционизм зашкаливающий, от людей в жизни тоже требуют, чтобы они делали все идеально на работе. Т.е. чтобы он был таким каким он в принципе быть не может. И сейчас жизнь стараются сделать такой какой она не бывает: идеальной, выглаженной со всех сторон, вылизанной. А люди от этого устают, так жить нельзя. **Поэтому их, наверное, и тянет заниматься чем-то подобным, ручным трудом, это отдушина, они хотят почувствовать, что они что-то могут.** «Вот я что-то сделаю, и это что-то будет стоять у меня на столе, радовать меня». Человек рожден, чтобы быть созидателем, хотя бы пусть в чем-то малом. **Многих привлекает свободный график, больше самостоятельности, ни от кого не зависеть. Хотя мало кто знает, что, когда на себя работаешь, приходится еще больше работать, чем на «дядю».**
- В: Отличается ли ситуация в Томске от других городов? Почему?
- О: Везде одинаково. Тенденция сейчас такова, что столько мастеров развелось с одинаковыми работами, народ уже пресытился, и в скором времени «мастера» завязывают с делом. Останутся самые выдающиеся.
- В: Скажите, пожалуйста, какой у Вас основной род деятельности в настоящее время?
- О: ИП «Сибирский двор»
- В: Ваше образование?
- О: Высшее, переводчик, ТГУ ФИЯ
- В: Сколько Вам лет?
- О: 33

Интервью 17

Продолжительность интервью 29 минут; Дата интервью 15.05.2016

- В: Вы занимаетесь ручным трудом. Расскажите историю Вашего дела? Как Вы стали этим заниматься? Кто Вас в этом поддерживал?
- О: Все началось с того, что я стал строить дачу, мне давно нравится природа, я бывший рыбак, охотник, а теперь я езжу туда за веточками, за материалами. Друзья стали просить, чтобы им что-то сваял. Сам я строитель. Опыт работы в стройке 15 лет. Много вещей, которые нужно конструировать, изобретать. А всего мастерская работает 4 года. Изначально мы в течении 2 лет делаем заготовки материала. Перед тем как использовать материал сохнет в течении двух лет под навесами на открытом воздухе спрятано от солнца – сушка естественная. Затем материал этот дымом обдымливается, мы стараемся не использовать химию, в дереве много очень короедов, дыма они боятся, покидают норки свои, плюс еще дым как консервант используется. Затем сохнем 2 года. Если это пропустить, то изделие начнет трескаться.
- В: Какие перспективы развития Вы видите для себя?
- О: Мебельную фабрику свою хочу, сейчас я в поиске компаньонов, мастеров, которые в моем бы направлении работали. И как мне один заказчик сказал, моя работа называется - импортозамещение
- В: Является ли это занятие единственным для Вас? Или оно идет параллельно с другой работой?
- О: Единственная, летом только занимаюсь благоустройством, строил Альпийские горки, беседки, качели садовые, столы-лавки, а зимой мастерская чисто по дереву, мебель, интерьер
- В: Есть ли среди Вашего окружения знакомые/друзья, также изготавливающие вещи с помощью ручного труда?
- О: Мало, я же раньше по командировкам все ездил, а летом на даче
- В: Что значит для Вас Ваша работа (деятельность)? Что Вам дала Ваша деятельность?
- О: Любимая работа уже не работа. Это уже жизнь.
- В: Что является самым главным для Вас в Вашей работе? Ваш принцип работы?
- О: чтобы людям было все по душе. Каждый миллиметр изделия должен быть досконально сделан, потому руками и обрабатываем, чтобы было ощущение тепла и уюта
- В: Есть ли у Вас постоянные клиенты? (Как много, если есть?)
- О: Да, за 4 года мы уже создали свою базу тех, кому нравятся природные линии, тепло, натуральность.
- В: С момента начала Вашей деятельности расширился ли круг Ваших знакомств? Если Да, то пользуетесь ли Вы Вашими новыми знакомствами? Помогли ли они Вам в совершенно других областях жизни?
- О: Заказчики помогли в том, что щедро оценивают мой труд и не скупаются на премирование мастеров.

В: Как Вы называете Вашу деятельность? Ручной труд, авторский, дизайнерский, handmade...?

О: Стил Рустик, мы выделяем природные линии. Все вместе это и обозначает нашу работу.

В: Как Вы относитесь к такому определению как handmade?

О: Да нормально

В: Считаете ли Вы себя сами handmaker? Почему?

О: Нет

В: Что Вы подразумеваете под понятием handmade? (По надобности)

О: Ручная работа

В: Согласны ли Вы, с тем что последнее время все чаще потребители гонятся за уникальностью товара, такого чтобы не как у всех, и находят это в изделиях ручного труда?

О: Да, люди желают жить с эксклюзивными вещами, а ручная работа именно такая

В: Товары ручного труда обычно характеризуются уникальностью, оригинальностью. Ваш товар можно описать через эти понятия? Насколько это уместно, необходимо? Как Вы определяете уникальность Вашего товара (Если Да)?

О: Уникальные это точно. Это все глубже намного. Должна быть еще внутренняя подготовка.

В: Как Вам кажется, потребители продукции ручного труда используют ее более бережно относительно продукции массового производства? Есть ли разница в эксплуатации со стороны покупателей?

О: Иначе, все от энергии, станок не даст такой теплоты. Не зря есть клан коллекционеров

В: Участвуете ли Вы в различных выставках со своими изделиями?

О: Да

В: Как Вы думаете, по какой причине существует спрос на изделия ручного труда, ведь масс-маркет может всех обеспечить?

О: Эксклюзивность. Любой человек с самых ранних лет – личность. И каждая личность хочет что-то свое иметь, чтобы это было только у него. И именно ручные товары это могут заполнить.

В: Как Вам кажется, какая основная цель у посещающих ярмарку мастеров, выставки с товарами ручного труда – настроение, ощущение праздника или покупки, конкретный товар?

О: За тем и за этим

В: Согласны ли Вы с тем, что сейчас наблюдается рост рукодельниц? С чем это связано?

О: Импортозамещение. По-другому никак. Мы все привыкли к китайскому. Мастера поднимают экономику, государства и своего.

В: Отличается ли ситуация в Томске от других городов? Почему?

О: Томск раскручен, в других городах меньше реальных организационных моментов – ярмарок, да и мастеров там трудно найти.

В: Скажите, пожалуйста, какой у Вас основной род деятельности в настоящее время?

О: Производство мебели и интерьера

В: Ваше образование?

О: Высшее, экономист

В: Сколько Вам лет?

О: 41

Интервью 18

Продолжительность интервью 31 минут; Дата интервью 16.05.2016

В: Вы занимаетесь ручным трудом. Расскажите историю Вашего дела? Как Вы стали этим заниматься? Кто Вас в этом поддерживал?

О: Я начала заниматься декупажем, и сейчас им занимаюсь, а сейчас добавилось еще увлечение фоамираном. Началось все с мини-комодика икеевского, мне его подарили 5 лет назад, он необработанный ничем, все можно декорировать по своему желанию. Я в интернете начала искать способы декорирования и заинтересовала меня техника декупаж. Я тогда начала изучать ее, немного почитала именно столько информации, чтобы мне хватило его украсить. Но после того как я почитала про эту технику, начала смотреть мастер-классы, много различных способов, техник, материалов, меня это настолько захватило, что на комодике я не остановилась и начала двигаться дальше. В моем начинании меня очень поддерживала сестра, к сожалению, она погибла, но в начале пути моего творчества она меня вдохновляла. И она мне помогла создать свой блог личный: она предложила его создать и помогла сделать его, ее заслуга. И муж поддерживает. Началось все просто с поддержки, а потом он сам втянулся.

В: Какие перспективы развития Вы видите для себя?

О: Я постоянно учусь в течение этих 5 лет и у меня есть большое желание все, что я нашла, сделать самой. Есть желание попробовать провести мастер-класс.

В: Является ли это занятие единственным для Вас? Или оно идет параллельно с другой работой?

О: Работаю в офисе, в стадии увольнения.

В: Есть ли среди Вашего окружения знакомые/друзья, также изготавливающие вещи с помощью ручного труда?

О: Знакомых много, но в основном они виртуальные

В: Что значит для Вас Ваша работа (деятельность)? Что Вам дала Ваша деятельность?

О: **Возможность развивать свои способности. Я никогда раньше не думала, что я смогу заниматься таким**

делом. С фантазией было плохо, рисовать не умела, сейчас все умею. А еще очень большое моральное удовлетворение.

В: Что является самым главным для Вас в Вашей работе? Ваш принцип работы?

О: Главное в моей работе, чтобы она была.

В: Есть ли у Вас постоянные клиенты? (Как много, если есть?)

О: Есть. Немного

В: С момента начала Вашей деятельности расширился ли круг Ваших знакомств? (Или покупатели только покупателями и остаются?)

О: Да, конечно.

В: Если Да, то пользуетесь ли Вы Вашими новыми знакомствами? Помогли ли они Вам в совершенно других областях жизни?

О: Да, бывают случаи, может даже больше я помогаю, чем мне.

В: Как Вы называете Вашу деятельность? Ручной труд, авторский, дизайнерский, handmade...?

О: **handmade, ручная работа мне не импонирует, и я его не употребляю. Ручная работа ко мне не подходит. Handmade мне ближе.**

В: Как Вы относитесь к такому определению как handmade?

О: Да, хорошо

В: Считаете ли Вы себя сами handmaker? Почему?

О: Мастерница (смех), а это слово не употребляю

В: Что Вы подразумеваете под понятием handmade? (По надобности)

О: Изделия, сделанные своими руками

В: Согласны ли Вы, с тем что последнее время все чаще потребители гонятся за уникальностью товара, такого чтобы не как у всех, и находят это в изделиях ручного труда?

О: Согласна, мои заказчики подтверждают

В: Товары ручного труда обычно характеризуются уникальностью, оригинальностью. Ваш товар можно описать через эти понятия? Насколько это уместно, необходимо? Как Вы определяете уникальность Вашего товара (Если Да)?

О: Я согласна с тем, что можно так назвать. Это так и есть. особенно, если она придумана человеком, не скопирована. Люди в самом начале копируют другие работы, но опять же нельзя скопировать ручную творческую работу полностью. А в плане своих работ – я иду к этому. Может быть к паре своих изделий я могу это применить.

В: Как Вам кажется, потребители продукции ручного труда используют ее более бережно относительно продукции массового производства? Есть ли разница в эксплуатации со стороны покупателей?

О: Разница есть, но не для всех. Это имеет значение для тех, кто ценит и кому она нравится - ручная работа.

В: Участвуете ли Вы в различных выставках со своими изделиями?

О: пока не участвовала, не с чем туда идти, нет времени

В: Как Вы думаете, по какой причине существует спрос на изделия ручного труда, ведь масс-маркет может всех обеспечить?

О: Я сама не знаю с чем это связано.

В: Как Вам кажется, какая основная цель у посещающих ярмарку мастеров, выставки с товарами ручного труда – настроение, ощущение праздника или покупки, конкретный товар?

О: больше за настроением, попутно иногда что-то покупают.

В: Согласны ли Вы с тем, что сейчас наблюдается рост рукодельниц? С чем это связано?

О: Абсолютно верно, все благодаря интернету, есть больше возможности узнать об этом

В: Отличается ли ситуация в Томске от других городов? Почему?

О: Наверное, нет, не зависит от места жительства.

В: Скажите, пожалуйста, какой у Вас основной род деятельности в настоящее время?

О: Работает

В: Ваше образование?

О: Высшее

В: Сколько Вам лет?

О: 46

Уважаемый пользователь! Обращаем ваше внимание, что система «Антиплагиат» отвечает на вопрос, является ли тот или иной фрагмент текста заимствованным или нет. Ответ на вопрос, является ли заимствованный фрагмент именно плагиатом, а не законной цитатой, система оставляет на ваше усмотрение.

Отчет о проверке № 1

ФИО: Егорова Ирина
дата загрузки: 20.06.2016 18:33:44
пользователь: early@mail2000.ru / ID: 3538313
отчет предоставлен сервисом «Антиплагиат»
на сайте <http://www.antiplagiat.ru>

Информация о документе

№ документа: 1
Имя исходного файла: Бакалаврская работа Егоровой Ирины, 4к. гр.1223.docx
Размер текста: 224 кБ
Тип документа: Не указано
Символов в тексте: 288440
Слов в тексте: 42376
Число предложений: 3192

Информация об отчете

Дата: Отчет от 20.06.2016 18:33:44 - Последний готовый отчет
Комментарии: не указано
Оценка оригинальности: 99.57%
Заимствования: 0.43%
Цитирование: 0%



Оригинальность: 99.57%
Заимствования: 0.43%
Цитирование: 0%

Источники

Доля в тексте	Источник	Ссылка	Дата	Найдено в
0.17%	[1] Экономика символического обмена	http://flibusta.net	раньше 2011 года	Модуль поиска Интернет
0.13%	[2] не указано	http://i-u.ru	раньше 2011 года	Модуль поиска Интернет
0.09%	[3] Создание событий в современном социокультурном пространстве - автореферат и диссертация по культурологии. Скачать бесплатно полный текст автореферата диссертации на тему Теория и история культуры.	http://cheloveknauka.com	раньше 2011 года	Модуль поиска Интернет

