

КРАТКОЕ
СОДЕРЖАНИЕ

ДОНАЛЬД ТОМПСОН КАК ПРОДАТЬ ЗА \$12 МИЛЛИОНОВ ЧУЧЕЛО АКУЛЫ

СКАНДАЛЬНАЯ ПРАВДА
О СОВРЕМЕННОМ
ИСКУССТВЕ
И АУКЦИОННЫХ ДОМАХ



MYBOOK

Краткое содержание

Евгения Чупина

**Краткое содержание «Как
продать за \$12 миллионов
чучело акулы. Скандальная
правда о современном
искусстве и аукционных домах»**

«MyBook»

Чупина Е.

Краткое содержание «Как продать за \$12 миллионов чучело акулы. Скандальная правда о современном искусстве и аукционных домах» / Е. Чупина — «MyBook», — (Краткое содержание)

Этот текст — сокращенная версия книги «Как продать за \$12 миллионов чучело акулы. Скандальная правда о современном искусстве и аукционных домах». Только самое главное: идеи, техники, ключевые цитаты. Дональд Томпсон раскрывает в книге изнанку рынка современного искусства. Он рассказал о значении и основных составляющих арт-сферы: художниках, дилерах разного уровня, аукционных домах, коллекционерах, галереях, ярмарках, механизмах бизнеса. Автор рассуждает о факторах ценообразования на предметы современного искусства. Ценность работы редко определяется эстетическими соображениями. Гораздо большее значение имеет бренд художника и дилера, место, где выставлена картина, ее история и прошлые владельцы и даже экспонаты, расположенные рядом. Дональд Томпсон отмечает, что в наше время нет единых стандартов, которые позволили бы назвать полотно великим, а творца гениальным. Грамотно организованный маркетинг играет ключевую роль. На аукционах рекордная цена – результат человеческого самолюбия, а не отражение объективной стоимости. Для получения большого дохода во время продажи предмета искусства достаточно найти двух богатых коллекционеров и столкнуть их лбами. Материал откроет много шокирующих подробностей для любителей и начинающих деятелей искусства. Напоминаем, что этот текст — краткое изложение книги «Как продать за \$12 миллионов чучело акулы. Скандальная правда о современном искусстве и аукционных домах»

© Чупина Е.

© MyBook

Содержание

Введение	6
Брендинг и неуверенность	7
Конец ознакомительного фрагмента.	8

Как продать за \$12 миллионов чучело акулы. Скандальная правда о современном искусстве и аукционных домах

Введение

Автор книги Дональд Томпсон – экономист и коллекционер произведений современного искусства. В течение года он изучал специфику рынка, а результаты представил в виде книги «Как продать за \$12 миллионов чучело акулы». За это время он познакомился со многими дилерами и сотрудниками аукционных домов, коллекционерами и художниками из Лондона и Нью-Йорка.

Автор хотел выяснить, какое качество способно придать картине особую ценность, почему за некоторые объекты коллекционеры готовы выкладывать огромные суммы, как продать за несколько миллионов рисунок консервных банок и чучело акулы. Томпсон также рассказывает о технологии создания художественных брендов и раскрывает психологию торговли предметами искусства.

Автор размышляет, насколько выгодно инвестировать финансы в современную арт-сферу, повествует о ее актуальных принципах. Он ярко описывает атмосферу на вечерних торгах в аукционных домах «Сотбис» и «Кристис», дает читателю возможность побывать в картинных галереях и на художественных ярмарках.

Брендинг и неуверенность

Как можно узнать произведение современного искусства:

- ☐ создано после 1970 года;
- ☐ имеет нетрадиционное исполнение;
- ☐ некоторые экземпляры могут дышать, передвигаться, их можно попробовать на вкус;
- ☐ это может быть любое произведение, которое известный аукционный дом признал современным.

Объекты современного искусства: перформансы, фотографии, отделка помещений, промышленный дизайн, видеоинсталляции и фильмы. В книге представлен обзор разнообразных скульптур и двухмерных работ на холсте и бумаге.

Стоит учитывать важный момент: покупатели чувствуют неуверенность при выборе и назначении цены для объектов современного искусства. Это не значит, что они не разбираются в арт-сфере. Но коллекционер не всегда может выделить достаточно времени для такого художественного образования, которое позволит преодолеть собственную неуверенность. В итоге решение о покупке определяется внешними обстоятельствами, а не качеством исполнения.

Усугубляет положение язык, который используют профессионалы. Описывая импрессионистов, специалисты изобилуют терминологией: «глубина», «смелость», «прозрачность», «использование света» и «сила». Обсуждая искусство, они произносят слова «инновация», «инвестиционная ценность», а художника называют «модным».

Тайный язык профессионалов сбивает с толку коллекционеров. Единственный выход – принимать решение, опираясь на бренд, торговую марку и устойчивую репутацию создателя объекта.

Коллекционеры обращаются к брендовым дилерам, в крупные аукционные дома, посещают художественные ярмарки, ищут брендовых художников. Без репутации в современном искусстве невозможно стать значимой фигурой.

Брендинг увеличивает ценность продукта, выделяет его индивидуальные качества, снижает риск покупателя и придает уверенность в выборе.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.