

Art Kog

СУДЬБЫ

НАВИГАТОР
ПОСТРОЕНИЯ
АРТ-БИЗНЕСА

АЛЕСЯ ШАХЕР

18+

СОДЕРЖИТ
НЕЦЕНЗУРНУЮ
БРАНЬ

Алеся Шахер

**Арт-код судьбы. Навигатор
построения арт-бизнеса**

«Автор»

2022

Шахер А.

Арт-код судьбы. Навигатор построения арт-бизнеса / А. Шахер — «Автор», 2022

Как научиться зарабатывать, занимаясь любимым делом? Ответы на этот и многие другие вопросы, волнующие людей творческих, вы найдете на страницах этого издания. Книга художницы Алеси Шахер "АРТ-КОД СУДЬБЫ. Навигатор построения арт-бизнеса" – это уникальный сборник рецептов продвижения любых творческих проектов. На примерах больших Мастеров разных эпох автор доказывает универсальность предложенных методик продвижения произведений искусства, создания собственного бренда, поиска спонсоров и меценатов. Автор дает практические задания, выполнение которых позволяет проверять эффективность инструментов, продвигать собственное искусство, не дожидаясь окончания чтения. Книга "АРТ-КОД СУДЬБЫ. Навигатор построения арт-бизнеса" будет полезна арт-менеджерам, художникам, широкому кругу читателей. Содержит нецензурную брань.

© Шахер А., 2022

© Автор, 2022

Алеся Шахер

Арт-код судьбы. Навигатор построения арт-бизнеса

Введение

"Почему в бизнесе побеждают наиболее оригинальные умы". Это вторая часть заголовка книги-бестселлера "Маверики¹ в деле". Можете представить, насколько мне стало интересно узнать ответ на вопрос: как стать современным мавериком, ведя активную жизнь в сфере искусства? Как реализовать свой потенциал художнику в огромном и непредсказуемом арт-бизнесе?

Ответ оказался простым и исчерпывающим – стать **ОРИГИНАЛЬНЫМ**.

В самом начале своего творческого пути, живя в Казахстане, я отчетливо понимала, что стать оригинальной художницей мне не составит большого труда, так как меня не просто зовут Алеся Шахер, я – самурай-художник. И увлечение мое необычной техникой началось в детстве. Обучаясь в школе искусств, я любила создавать нечто прекрасное с помощью рук, восхищалась невероятной фактурой природных материалов, разнообразием цветовой гаммы, которой так богат окружающий мир.

Я люблю природу. Когда мне грустно и одиноко, только она помогает мне обрести покой и гармонию. Работая над картинами в древней японской технике ошибана², я также обретаю гармонию и любовь. Но эта книга не только о любви к своему искусству. Она об арт-бизнесе, о поисках рецептов того, как завоевать признание в богатом и красивом мире искусства.

Выбрав один из старых, можно сказать уходящих видов искусства, добавив в него свою изюминку, я приобрела **ОРИГИНАЛЬНОСТЬ**. Но вскоре передо мной встал вопрос: а что дальше?

В арт-бизнесе, как и в любом другом, существует четкая структура, с которой вам предстоит познакомиться на страницах моей книги "АРТ-КОД СУДЬБЫ. Навигатор построения арт-бизнеса".

Для творческого человека, чтобы управлять своим успехом, необходимо постоянно показывать и рассказывать о своем искусстве на протяжении всей карьеры.

Кому предназначена эта книга

Пути успеха в мире искусства многочисленны и разнообразны, и получение профессионального образования – это лишь один из многих возможных способов. Далеко не все обладатели дипломов имеют деловую хватку или знания, которые нужны, чтобы выжить в конкурентной среде.

Эта книга как раз для тех, кто готов открыть двери своих студий для свежего ветра перемен, приоткрыть завесу тайн своего творчества и поделиться секретами искусства с большим миром. Если вы хотите отпустить свои творения в свободное плавание, узнать, как преподнести его ценителям прекрасного наилучшим образом, найти признание и благодарную аудиторию, то эта книга для вас. Цель ее – научить творческого человека демонстрировать лучшие грани произведений искусства и, в конечном счете, создавать уникальную карту успеха.

Принцип "Работа говорит сама за себя" давно не работает. Впрочем, я уверена, он никогда толком не работал. Поэтому здесь собраны и проанализированы примеры успеха **ОРИГИНАЛЬНЫХ** художников разных эпох, стран, жанров. Отдельное место в книге нашлось и собственному опыту автора этих строк.

У меня есть все основания утверждать: чтобы выделиться из огромной толпы конкурентов, вы должны научиться общаться с аудиторией через искусство, отправлять эффективные послания во внешний мир. Вы должны учиться не только показывать, но и рассказывать о создаваемых вами шедеврах.

Чему научит вас эта книга?

Эта книга для вас чтобы выяснить, что является вашей конечной целью, и какие шаги вам необходимо предпринять для ее достижения.

В этой книге мы будем рассматривать различные способы, как презентовать свое искусство, как о нем говорить и писать, создавать и выстраивать каналы коммуникаций с целевой аудиторией и продавать работы. Мы начнем с того, что обсудим основы арт-бизнеса, поговорим о том, как оценивать вас и ваши работы, как доступно и интересно рассказывать о них.

Внимательно изучая данную книгу и выполняя практические задания, вы значительно увеличите свои шансы на успех в борьбе с конкурентами за аудиторию.

Изучив книгу, вы поймете:

как определить ваше предназначение в мире искусства?

как заявить о себе миру?

зачем современному художнику работать над своим именем и имиджем?

какой опыт ваших предшественников можно использовать для построения собственного успеха?

как научиться продавать свои шедевры?

К концу прочтения вы не только получите четкую пошаговую инструкцию по работе над вашим именем и имиджем. Также вы поймете, как оценивать себя по достоинству и научиться продавать. Вы больше узнаете о своих талантах и о том, кому нужны ваши произведения искусства. Наконец, вы ознакомитесь со сводом правил поведения в обществе представителей арт-бизнеса.

Настоятельно рекомендуем обратить внимание на примеры из жизни творческих людей разных стран и эпох. По нашим наблюдениям, художники стали великими потому, что однажды не побоялись заявить большому миру о своей **ОРИГИНАЛЬНОСТИ**. Возможно, их успешные истории дадут вам толчок в поисках своего **ОРИГИНАЛЬНОГО Я!!!**

Самое главное, по прочтении этих страниц вы найдете в себе смелость окунуться в огромный и такой непредсказуемый мир арт-бизнеса, откроете в себе талант предпринимателя и разовьете навыки построения и управления вашим бизнесом.

Надеюсь, что честное и искреннее следование этим знаниям позволит вам стать **ОРИГИНАЛЬНЫМ** и востребованным на арт-рынке.

В моем сердце любовь к вам!

Ваш самурай-художник Алеся Шахер

Обещание самому себе

Я убеждена, что первым шагом в любом деле, будь то открытие компании или нового проекта, создание книги или картины, постановка пьесы или презентация галереи, – это определить, что такое успех и в чем он будет выражаться.

Я, к примеру, буду искренне рада и почувствую себя гораздо более успешной, если моя книга "Арт-Код Судьбы. Навигатор построения арт-бизнеса" разбудит воображение моих читателей, заставит их мыслить масштабнее, поднимет планку целей на недостижимую прежде высоту.

Конечно же, успех этой книги во многом зависит от выполнения инструкций, уроков к каждой главе, благодаря которым вы приобретете знания и одержите невероятное количество побед на арт-рынке.

И уж точно мы знаем, что по мере прочтения данной книги ваша жизнь начнет меняться. Она станет более насыщенной, интересной, притягательной и захватывающей.

Эта книга способна решить четыре основные проблемы арт-бизнеса:

выбор стратегии,

генерирование новых идей,

установление полезных связей на рынке,

помощь в достижении признания и славы.

Моя книга – это не только увлекательное описание лучших проектов, приемов, это еще и подборка идей и примеров, готовый план к действию в XXI веке, новый способ конкурировать и преуспевать.

Как сказал Пит Кэррил³, "сильный побеждает слабого, а умный – сильного".

Коллеги, друзья!

Так станем же умнее и пообещаем самим себе:

Я не пленник истории. Что бы я не вообразил, я могу достичь этого. Я активист, а не трутень. Я художник своей жизни, только в моих руках и силах нарисовать, какой она станет. Я прекрасно осознаю, что главное препятствие на пути к успеху – сам успех. Но мне не страшно, я и дальше буду бросать вызов собственным идеям!

Прочтите эти слова громко и четко перед зеркалом.

Лучший способ предсказать успех вашего искусства – это изобрести его.

Кто такой художник

Искусство – это раскопки самих себя.

Чейз Джарвис⁴

Прежде чем вы узнаете мои профессиональные секреты, накопленные за 17 лет учебы, работы и анализа арт-бизнеса, попробуйте ответить на вопрос: кто такой художник?

Первое, что приходит в голову: это человек, который пишет красками на холсте или бумаге, но это не совсем так. Но не торопитесь ограничивать общепринятыми рамками свой творческий потенциал, представляя себя исключительно гончаром, печатником, акварелистом, пейзажистом, каменным карвером, стальным скульптором, бумагоделом, стеклодувом, художником по эскизам или макраме и т.д., граффити, шелк-экранистом, коллажистом, эко-художником, цифровым или смешанным медиа-мастером...

Мир художников невероятно богат и разнообразен, его нельзя ограничивать одним видом или жанром искусства. Осмотритесь!

Вы – художник, творец, создатель!

Мир современного искусства уже давно посматривает косо, а то и вовсе игнорирует художников, чувствующих себя среднестатистическими ремесленниками. Вероятно, это происходит потому, что такие невыразительные названия навевают скуку, их так и хочется посыпать нафталином и упрятать подальше с глаз...

Мы живем в переменчивом цифровом мире: сегодня вы – один из многих, завтра – единственный и неповторимый! Будьте оригинальными, и помните, что сегодня, как никогда прежде, ужесточается конкуренция среди представителей нашей профессии! Добавьте к этому, что XXI веке у художников появился серьезный конкурент – искусственный интеллект, который все более успешно вступает в соперничество с людьми. Не так давно на аукционе Christie's⁵ картина, созданная искусственным интеллектом, была продана более чем за 400 000 долларов США.

Будьте оригинальны во всем, и вы научитесь продавать свои работы дороже!

Факторы, повышающие цену на искусство

Сегодня в мире продаж произведений искусства вам нужно быть профессиональным и настойчивым, чтобы найти свое место под переменчивым солнцем арт-рынка. Если у вас мышление в стиле "я творец, и мой удел только творить", то в 21 веке это не работает. Да и если изучать историю искусства, можно видеть, что он никогда не работал. Кто живет с такими мыслями, тот следует не очень мудрым, хотя, надо признать, известным изречениям:

ГОЛОДНЫЙ ХУДОЖНИК – ТАЛАНТИВЫЙ ХУДОЖНИК...

Известный художник – посмертный художник...

Наверное, вы часто обращаете внимание на работы своих коллег по творческому цеху, на работы счастливиц, достигших славы, признания и денег и, возможно, говорите, обращаясь к воображаемому собеседнику: "Я не хуже их, а, быть может, даже лучше!".

Так почему же одним достаются слава и финансовая успешность, а другим – долгие годы труда в нищете?

Ответ ОЧЕВИДЕН! Значительная часть происходящего – это то, как мы говорим об искусстве, как его преподносим и, что более важно, как о нем пишем. Для этого нужно создавать историю о себе, историю своего искусства и даже больше скажу – каждого вашего произведения.

Очень важный фактор, на который я хочу обратить ваше внимание – это необходимость быть уверенным и настойчивым – в своих силах, таланте, работах.

Когда вы разговариваете о любимом деле, презентуете творения единомышленникам или ценителям прекрасного, вы должны быть уверенным в успехе. Сравните это с прохождением собеседования при приеме на работу. Наверное, все из нас хоть раз, но побывали на нем. Если вы четко излагаете ответы на вопросы, доказывая ваш профессионализм, то ваши шансы получить работу значительно увеличиваются, вы это сами чувствуете во время собеседования. Если мямлите и не знаете, куда спрятать руки или глаза от неуверенности, то и результат, скорей всего, будет плачевным.

Так и в мире искусства. Стоит вам хоть раз усомниться в себе и вашем творчестве, то пиши пропало: вам лучше уйти совсем или начать все заново, доказывая арт-системе, что вы достойны быть в числе ее участников. Прежде чем показать зрителю, потенциальному покупателю, куратору, арт-менеджеру свою работу, вы должны тщательно спланировать свой выход и приветственный спич.

Часто творческие люди хотят слышать от кого-то, что они талантливы или их искусство имеет ценность. Это почти то же самое, что спрашивать: "Я привлекателен?". Это, как минимум, бестактно, если вы не разговариваете с очень близкими! Вы же не подходите в музей к неизвестным вам посетителям и не спрашиваете их мнения о вашей внешности? То же самое и с искусством! Не стоит задавать странный, более того – неуместный вопрос потенциальным покупателям или партнерам по продаже вашего искусства. Уверенность должна быть всегда и во всем.

К слову, работая в данном бизнесе чуть менее 20 лет, я обратила внимание, как внешний вид творческого человека влияет на совершение сделки. По моему убеждению, художник должен быть во всем творческим, гениальным, оригинальным.

Мне запомнилось знакомство с потрясающим художником, дизайнером Каримом Рашидом, с которым даже удалось посотрудничать. Но еще задолго до встречи меня зацепили его работы. Как-то я смотрела передачу и увидела потрясающе красивую посуду. Любопытство заставило меня в два часа ночи подняться с дивана и поискать информацию в интернете о Кариме Рашиде.

Его работы и внешний вид буквально сигнализировали о гениальности, эксклюзивности и профессионализме творца! Все в нем до малейших деталей – цвета, прическа, аксессуары – все говорило о том, что перед мной невероятно талантливый художник.

Как вы можете догадаться, мне ничего не оставалось, как найти его, познакомиться, пообщаться и заключить контракт! Вот как могут влиять шедевры и облик их мастера на поведение ценителей искусства.

Способы повышения цены вашего искусства

Существует множество способов повышения ценности искусства, но в данной книге я рассмотрю четыре основных.

Первый способ. Жесткий маркетинг

Предлагаю вспомнить британского художника и коллекционера произведений искусства Дэмиена Хёрста, который нарушил все правила игры, обойдя собственного дилера и спустив свою коллекцию аукционному дому за баснословную сумму. Сегодня Хёрст считается самым богатым художником на планете. Его состояние оценивается в 215 млн фунтов стерлингов. Вы спросите, как ему удалось это сделать? Да с легкостью...

Безусловно талантливый британец при создании известного произведения – черепа с бриллиантами "За любовь к Богу" во всеуслышанье заявил с самого начала, что это произведение искусства будет самым дорогим среди его работ.

По сути, он использовал испытанный в продвижении маркетинговый прием – только в искусстве: агрессивное воздействие на потенциальных покупателей. Хёрст создавая неординарное, противоречащее всем правилам живописи, скульпторы и правилам игры творение. Обратите внимание на название, которое соединяет, казалось бы, несовместимое: ЧЕРЕП и БОГ.

Хёрст создал вокруг себя и своего будущего творения ажиотаж, сплетни, интригу, критику. О нем заговорили не только журналисты и коллеги, но и политики и представители церкви. За свою дерзость он получил внимание мировой прессы.

Предлагаю вспомнить и Караваджо, который писал картины для церкви, используя в качестве натурщиков проституток и бездомных. Он хотел запечатлеть настоящую жизнь, показать, как могла бы выглядеть мадонна в современное художнику время. Он осознанно пошел против правил арт-бизнеса того времени.

Еще один известный пример, как привлечь внимание. Достаточно вспомнить историю Дональда Трампа и его обещание построить самый высокий бизнес-центр в мире. Он привлек к себе внимание широкой общественности, что привело его к росту интереса к собственной персоне.

Помните, друзья, маркетинг как прием является неотъемлемой частью самого искусства!

Примеры творческих людей, использующих данный способ

Майк Винкельманн, известный под псевдонимом Бипл (англ. Beeples). Современный цифровой художник, графический дизайнер и аниматор из США, создающий комические и фантазмагорические произведения, посвященные актуальным политическим и социальным темам, использующие при этом отсылки к явлениям поп-культуры.⁶

Георг Базелиц, немецкий живописец, график и скульптор, принадлежит к числу самых дорогих из ныне живущих художников. Неоэкспрессионист, один из основоположников стиля "Новые дикие". Во второй половине 1960-х годов появились так называемые "фактурные картины", в которых человеческие фигуры и предметы оказывались разделенными на отдельные горизонтальные сегменты. Изображаемые предметы выступили в качестве фона для живописи. Свою цель художник сформулировал таким образом: "Реальность – это сама картина, но совсем не то, что на картине". О Георге Базелице говорят, что он поставил искусство с ног на голову.⁷

Неоконцептуальный художник **Вим Дельвуа** с 1985 года рисует на современные повседневные темы. Он отличается от коллег по цеху благодаря интересу к банальному, повседневному и китчу. Дельвуа соединяет элементы разных контекстов, из-за чего привычные объекты теряют знакомый характер. Например, раскрашенные ковры, баллоны бутана и круглые пилы с дельфскими мотивами, витражи рентгеновских снимков, футбольные ворота из китчевых витражей, готические бетономешалки, лопаты и гладильные доски с геральдическими мотивами.

В 1990 году он участвовал в Венецианской биеннале, в 1992 году экспонировал каменный пол в немецком городе Кассель на выставке Документа IX. Художник получил всемирную известность благодаря полу, украшенному узором из экскрементов. Кроме того, он стал известным всему миру благодаря живым татуированным свиньям.⁸

Американский художник-самоучка **Марк Дженкинс** живет в Вашингтоне. Его работы, начиная с 2003 года, – своего рода уличное искусство. Эфемерные скульптуры воспроизводят то, с чем он сталкивался на улице. Фигуры напоминают людей с лицами, скрытыми капюшонами. Это бандиты с бейсбольными битами или нищие, ждущие внимания прохожих. Зритель оказывается свидетелем катастрофы, которая только что произошла или может произойти. Герои Дженкинса, кажется, отчаянно нуждаются в помощи тех, кто проходит мимо. Художник изобрел метод, который позволяет реалистично воспроизводить внешний вид человеческого тела. Эта методика заключается в обертывании живой модели в пластиковую пленку и обматывании ее лентой. Затем кокон разрезают, извлекают натурщика, фигуру собирают вновь и наряжают в брюки, платья и парики. Готовые скульптуры вполне способны запутать прохожих.⁹

Квентин Джером Тарантино – американский кинорежиссер, сценарист, актер, кинопродюсер и кинооператор. Один из наиболее ярких представителей постмодернизма в кинематографе. Фильмы Тарантино отличаются нелинейной структурой повествования, переосмыслением культурно-исторического процесса, использованием готовых форм и эстетизацией насилия.¹⁰

Дэмьен Стивен Хёрст – английский художник, предприниматель, коллекционер произведений искусства, а также самая знаменитая фигура группы Young British Artists, доминирующая на арт-сцене с 1990-х годов. Смерть – центральная тема его работ. Наиболее известная серия художника – Natural History: мертвые животные (включая акулу, овцу и корову) в формальдегиде. Знаковая работа – "Физическая невозможность смерти в сознании живущего": тигровая акула в аквариуме с формальдегидом. Эта работа стала символом британского искусства 1990-х и символом Britart во всем мире.¹¹

Австралийский перформер **Стеларк Киприото** в своих проектах опирается на новинки биотехнологий и робототехники. Экспериментируя с собственным телом, он создает огромные паукообразные экзоскелеты и механические руки, управляемые с помощью мышц живота и ног. Стеларк не боится расширять границы восприятия. Так, в ходе перформанса Ping Body он присоединил к своему телу множество электродов, сигнал к которым поступал через интернет. Тело художника фактически контролировалось активностью интернет-пользователей всего мира, не принадлежа ему самому. Одним из самых неоднозначных проектов Стеларка считается Ear on Arm – буквально "ухо на руке". Чтобы перенести имплант и "оживить" его, понадобились две операции, и у художника появилось третье ухо – правда, не для него самого. По словам Стеларка, используя искусственный орган другие люди через передачу сигнала по Wi-Fi смогут слышать то, что слышит создатель органа, находясь в совершенно другом месте.¹²

Второй способ. Анонимность

Создавая шедевры, оставайтесь неизвестным автором. При посещении художественных галерей или музеев можно натолкнуться на произведения искусства без указания авторства (с подписью: "Автор неизвестен"). Или яркий пример тому – английский уличный художник Бэнкси. Он является одной из главных фигур современного стрит-арта, создавая скульптуры прямо на улице. Удивительная и привлекающая внимание деталь образа "арт-террориста", как сам себя называет художник, – это его анонимность. Его работы оценили профессионалы, но при этом никто не знает, кто же их автор. Анонимность, я бы назвала иначе – таинственность, – отличный способ повысить стоимость ваших творений.

Очень показательный пример того, как пользуется анонимностью художник Сехгал. Прежде чем показать свое искусство, он общается с покупателем, рассказывает о нем, не озвучивая названия и не давая четкого описания. Он играет в анонимность. Используя этот прием, тем самым автор вовлекает потенциального покупателя в дискуссию и творческий процесс.

Поверьте, люди любят быть частью со-творения произведения искусства! Современный зритель не любит просто слушать, трогать или видеть, он хочет стать частью процесса создания чего-то нового, прекрасного и удивительного. Я бы назвала это: почувствовать шедевр кожей.

Примеры творческих людей, использующих данный способ

Маски и костюмы для музыкальной **группы Lordi** создает фронтмен группы сам мистер Lordi. В ход идут жидкий латекс, холст, металл и кожа. Каждый костюм обходится в несколько сот евро. Кроме того, артисты подбирают псевдонимы. Участники Lordi хотят, чтобы лица и имена оставались их личным делом. Эта группа стала победителем Евровидение-2006. Между прочим, до сих пор никому на сто процентов не удалось раскрыть личности (и это в эпоху интернета!). То на "сенсационном фото Lordi без грима" оказывались Children of Bodom, то журналам вообще приходилось приносить извинения с последующим обещанием больше не публиковать фотографии участников команды, находящихся не при полном параде.¹³

KIWIE. Его частенько называют Бэнкси из Латвии. Поначалу он скрывал личность из-за возможных проблем со стражами порядка, но с годами анонимность стала частью идентичности KIWIE, постепенно сложился образ, в котором главный акцент был сделан на работы, а не личность художника.¹⁴

The Residents. Огромные шлемы в форме глазных яблок, смокинги и цилиндры. Попытка сделать акцент на творчестве, а не на личностях, которые им занимаются. Правда, это все догадки, потому что сами участники The Residents не то, что не дают интервью (за них это делают другие люди), они вообще молчат в перерывах между исполнением песен. В попытках раскрыть личности, которые прячутся за шлемами-глазными яблоками, некоторые любопытные доходили вплоть до исследования спектрограмм. Существует версия, что искать участников The Residents стоит среди членов руководящей группы CRYPTIC Corporation, что и проделали с помощью дедуктивного метода фанаты группы. Удалось выяснить, что за сочинение песен отвечают Гомер Флинн и Харди Фокс, а первый из них занимается еще и оформлением альбомов.¹⁵

Творческий псевдоним солиста музыкальной **группы Ghost** – Papa Emeritus (в переводе с английского – заслуженный папа), он облачается в костюм, похожий на одеяния земного Папы Римского, но олицетворяющие поклонение Сатане. Сопровождают "Папу" пятеро Безымянных Упырей (на языке оригинала – Nameless Ghouls), каждый из которых соответствует конкретной стихии (согласно алхимии): огню, воде, воздуху, земле и эфиру – и носит знак на своей одежде.

Согласно утверждению одного из Упырей, дело вовсе не в желании остаться анонимными, а в том, чтобы публика обращала внимание непосредственно на творчество группы. При этом участники не отрицают, что маскировка им помогает спокойно передвигаться в повседневной жизни без единого шанса быть опознанными поклонниками. Сатанинский имидж вместе с соответствующими песнями отталкивает многих от Ghost. Например, группе очень долго пришлось искать хор, который согласился бы петь с ними.

Что касается телевидения и радио, то дорога на крупные телеканалы и радиостанции команде заказана. Зато чикагский ресторан Kuma's Corner с хэви-метал-тематикой давно и успешно продает гамбургер The Ghost, названный в честь группы. Владелец заведения отказал требованиям священнослужителей убрать это блюдо из меню, но еще и объяснил, что гамбургер очень вкусный и хорошо продается.¹⁶

Третий способ. Объем

Арт-менеджерам, работающим с творческими людьми, я хотела бы предложить оценить следующий метод. Например, вы можете заявить, что, при посещении выставки ценители прекрасного смогут увидеть 1 000 000 картин одного художника, или – на концерте услышать скрипичные произведения Шопена в исполнении представителей 25 народов разных стран под руководством дирижера...

Этот прием очень популярен в Америке. Его успешно комбинируют с проведением концертов или вернисажей в каком-нибудь заброшенном или нестандартном месте.

Примеры творческих людей, использующих данный способ

"Все по 100" и уличные художники на аукционах. Пока мировые аукционные дома искали новые способы взаимодействия с коллекционерами, предлагая вялотекущие онлайн-торги с огромным каталогом, напоминающим опись имущества покойного, Владимир Овчаренко стал активно продвигать авторский формат торгов "Все по 100". Стартовая цена каждого лота на этих торгах была всего 100 евро. Организаторы отказались от резервной цены аукциона, закрыли цены продаж.

В результате за время пандемии на своих аукционах Vladey заработал 425 млн рублей. Среди имен, ушедших на Vladey, и такие мэтры, как Эрнст Неизвестный, Илья Кабаков, Олег Целков, и молодые уличные художники. Vladey провел кураторские торги Street, где были выставлены работы 50 участников, 22 из которых дебютанты. Среди них – Кирилл Кто, Миша Мост, Слава Птрк, Евгений Чес, Nootk, Zoom, Владимир Абих, Анатолий Акуе, Марат Морик, Nomerz, Wais, Zmogk, андеграундные Курил Что и Команда Той. В аукционе участвовали стрит-художники из Москвы, Санкт-Петербурга, Омска, Перми, Нижнего Новгорода, Екатеринбурга, а также из Казахстана и Грузии.¹⁷

Тьерри Гетта, также известный как Mr. Brainwash или Мистер Мозгоправ (сокращенно MBW) – режиссер-документалист и уличный художник французского происхождения.¹⁸

Борис Акунин (настоящее имя Григорий Чхартишвили) – русский писатель, ученый-японист, литературовед, переводчик, общественный деятель. Публиковался под литературными псевдонимами Анна Борисова и Анатолий Брусникин.¹⁹

Проект **PHONE HOME** – результат сотрудничества трех европейских театров. Во время их выступлений используются интернет-коммуникации. Иными словами, чтобы воспроизвести жизненные истории, проводятся телеконференции, постановки-размышления на тему неоднозначного проблемного вопроса, актуального для всех стран, – беженцев и миграции. Каждый театр привлекает к творческому процессу эмигрантов. Реализацией проекта занимаются Греция, Германия и Великобритания.²⁰

Московский художник **Миша Most** занимается граффити, создает живописные работы. Автор быстро перешел из разряда "уличных авторов" в полноценные художники. Практически все работы посвящены человеческому будущему. В 2017 году Most создал самую большую в мире настенную живопись площадью 10 тысяч кв. м. Холстом для произведения "Эволюция 2.1" стало здание промышленного комплекса в городе Выкса (Нижегородская область, Россия).²¹

Четвертый способ. Перформанс

Есть более распространенный способ продемонстрировать свое искусство как в закрытом пространстве, так и на улице. Правда, прежде чем проводить перформанс на улице, необходимо получить разрешение у государственных органов. Я не буду подробно останавливаться на этом примере, так как вы наверняка сталкивались с продажей картин на городских улицах (например, алматинский Арбат), граффити, танцами и песнями на тротуарах, концертами на площадях.

Яркий пример тому – сцена из фильма, когда Керр и Шарлота посетили перформанс в галерее. Художница выражала свое искусство через голодовку на возвышенности для того, чтобы не спускаться вниз, ступеньки лестницы соорудила из настоящих ножей. Все это искусство относится к четвертому способу продаж произведений искусства.

Вывод. Самый важный урок любого из способов – это суметь разглядеть и создать что-то новое и **ОРИГИНАЛЬНОЕ** в мире искусства, нечто такое, чего никто и никогда прежде не

видел. Умейте проецировать идеи на ваше искусство и, еще раз повторюсь, будьте оригинальными.

Что это значит? Произведение искусства должно выражать мысли и эмоции (причем эти понятия нераздельны в творчестве). Ваша цель как художника заключается в использовании физических материалов, чтобы донести в доступной форме ваши мысли и эмоции, какими бы простыми или сложными они ни казались, до зрителя. Материалы способны заполнить собой ранее пустующее пространство и использовать его с новыми значениями-смыслами, которые будут продолжать трансформироваться с течением времени. Очень красивые и важные слова я прочла в книге "Почему в бизнесе побеждают наиболее оригинальные умы. Маверики в деле". Ее автор заявил, что мечтает нарисовать то, что не может быть передано словом.

Все художники пытаются на определенном уровне сделать то же самое. Некоторые работают с маслом и холстом, другие с камнем, в XXI веке начали использовать возможности компьютерных программ, создали искусственный интеллект. Мастера активно используют и пространства галерей, музеев, городских площадок, цифровые сигналы, городские стены, пустынные скалы, сталь, стекло, грязь. Можно, наверное, до бесконечности перечислять материалы, которые вдохновляют коллег по цеху на создание шедевров.

Я, например, работаю с травами, семенами, специями, цветами – всем тем, чем щедро делится с нами природа. Натуральные материалы идеально вписываются в мои работы. Они передают то, что я думаю и чувствую, привносят дополнительный смысл в мои картины.

Если вы в состоянии сделать такое же таинство с материалами, которые выбрали для своего творчества, то успех гарантирован. Даже если зрители истолкуют вашу работу не так, как вы сами видите, она все равно заставит их мыслить, генерируя энергию. В противном случае ваша работа будет долго искать зрителей и единомышленников. Не полагайтесь на примитивный текст на табличке под вашей работой с описанием или названием. Например, "Морской пейзаж", "Голова черепахи". Произведение искусства не должно зависеть от объяснения. Смысл должен присутствовать в самой работе.

Задание 1.

Изучайте творчество современных художников, близких вам по духу, и составьте список тех, кто и какой из способов для продвижения своего творчества выбирает. Постарайтесь проанализировать биографии как можно большего количества творческих людей, не только прямых ваших коллег, но и представителей других творческих профессий.

История. Мифы и реальности творческого человека

Люди заинтересованы в людях

Многим свойственно чаще запоминать истории творческих людей, чем их имена и названия работ. Вспомните для себя названия хотя бы пяти картин Ван Гога? Все знают художника, но мало кто вспомнит названия его полотен. Люди заинтересованы в людях. Но, прежде чем перейти к истории творческих людей, к формулировке "что такое история творческого человека, откуда она берется и для чего", я бы хотела рассмотреть историю арт-бизнеса.

Для этого нам предстоит окунуться в истории знаменитых исторических личностей, таких как Микеланджело, Рафаэль, Караваджо и других. Особенно меня поразило, как варьировал и что говорил Микеланджело о так называемом арт-бизнесе. Как вы знаете, при жизни художника такого термина еще не существовало, но зато уж точно процветали купля и продажа произведений искусства. Ну, а купля-продажа и есть основа любого бизнеса.

Господин Аньоло Донни, богатый торговец тканями, очень сильно хотел заполучить работу Микеланджело, поэтому заказал у него тондо на доске с изображением девы Марии, стоящей на коленях и передающей младенца Иисуса Иоанну Крестителю, который с любовью, нежностью и почтением берет его на руки. Закончив работу, Микеланджело попросил за нее 70 дукатов. Но Аньоло Донни посчитал, что это дорого, предложив за работу всего 40 дукатов. Тогда Микеланджело повысил цену до 100 дукатов, на что Аньоло ему ответил, что запла-

тит первоначальную цену. Но Микеланджело был этому вовсе не рад, посчитав что этот торговец недооценивает его искусство, он повысил цену до 140 дукатов или отменял сделку. И Аньоло Донни, который хотел заполучить работу Микеланджело, ничего не оставалось как купить тонду.

Это всего лишь один маленький, но показательный пример из жизни Микеланджело, жившего с 1475-го по 1564 год. Как вы думаете, существовал или нет в XVI веке арт-бизнес? Конечно, да.

Поэтому, когда в XXI веке я общаюсь с людьми творческими и слышу их высказывания вроде "Мое дело творить, а не продавать", я понимаю, что они очень сильно заблуждаются.

Произведение искусства имеет и экономическую, и культурную ценность одновременно. И одна ценность не обязательно равна другой. Если взять искусство, которое кажется нам максимально аутентичным, узнаваемым (китайское, индийское, византийское и его наследница – русская иконопись), то окажется, что оно зависело от заказчиков-монополистов – властной и религиозной элиты. Эти структуры консервативны, а искусство, которое они финансируют, канонично.

Художник вышел из цеха... Очнулся на рынке. Для художника-ремесленника искусство не порыв вдохновения, а исполнение заказа. Сюжет художник не выбирал, а требования к заказу часто были детальными. Но мир меняется, и нам повезло. На дворе XXI столетие, и творческие люди, живущие в век бескрайних технологических возможностей и конечных человеческих стремлений, имеют возможность выражать свободно свои мысли и чувства через произведения искусства, тем самым создавая историю нового искусства.

Создай свою историю

Ваше искусство – ваша история

У любого искусства есть история. Но почему даже представители мира творчества не осознают, что и у самого автора должна быть история? Та история, о которой нужно говорить, чтобы привлечь внимание покупателя, журналистов, зрителей. У творческого человека есть история. Работая как арт-менеджер с творческими людьми, я сталкиваюсь с большой проблемой, которая заключается в том, что они хотят, чтобы основное внимание было сосредоточено на произведении искусства, а не на них самих. Они отвергают предложения смотреть внутрь и говорить о том, почему они делают искусство и что их искусство о...

Они отделяют себя от собственных произведений. Как будто создание их работ было исключительно упражнением для раскрытия некоей идеи. Однако, на практике такой ход не всегда бывает убедительным. Это очень и очень большая ошибка. Чем больше вы говорите о себе (почему эта идея для вас так важна), тем легче вы сможете найти точки соприкосновения с вашей целевой аудиторией и создать цепочку шагов для достижения вашей цели как человека творческого. Кроме того, зная ваши "что" и "почему", будет легче говорить о вашей работе, и это вызовет больше доверия к вам и к вашему искусству.

История художника начинается с представления себя. Поверьте, никому не интересно просто услышать "Я художник", "Я писатель", "Я скульптор... поэт... театральный деятель... композитор...". Вспомните мысль, вынесенную в начало книги: "Побеждает тот, кто становится оригинальным".

То, как вы представляете себя и ваше искусство, имеет огромное значение! Если вы профессионал, и считаете, что достаточно просто показать ваше искусство публике, то знайте, что этого недостаточно. Публика хочет знать о вас и вашем искусстве как можно больше!

Именно на этом этапе формируется заявление или какой-то манифест, который поможет поклонникам прекрасного понять и оценить ваши работы. Это означает умение не просто описывать то, что вы умеете, но и делать ваш текст увлекательным. Неважно – юмористичным или трагичным. Главная цель вашего послания миру – зацепить.

Очень удачный пример – мой собственный. Приведу отрывок из автобиографической книги "Жизнь художника-самурая":

Я – самурай-художник

Нынешнее и будущее – это сердце, а сердце – это Любовь. Еще самураи учились жить сердцем, ведь оно незаменимо в мире.

Преодолевая маленькими шагами свой творческий путь, как и каждый пешеход, я встречаю злых змей и ярких бабочек. Мой путь самурая прекрасен, и, встречая невзгоды, я перешагиваю их с любовью. Любовь к земле, любовь к врагу, любовь к природе и ко всему живому заложена в моем сердце. Эта жизнь самурая.

Я пешеход на прекрасном жизненном пути, ведь моя профессия душевна. Я художник в древней японской технике Ошибана, которую создали мои предки самураи еще в VI веке. Моя любовь ко всему живому отражена в моих работах – с помощью цветов, трав, семян, растений, коры деревьев, мха.... В них вы найдете: поющий лес, любовь, радость и тоску природы, душу окружающего мира.

Я – самурай, проносящий Любовь к природе с помощью прошлого через настоящее в будущее. В моем сердце любовь к Вам!

Наконец, еще вариант, который лично меня зацепил – это высказывание художницы Марлен Дюма²², которая использует как в своих посланиях миру, так и при личном общении фразу: "Я рисую, потому что я грязная женщина". Это просто, но провокационно. Подчеркивая как физическую особенность человеческого тела, так и его психологическую ценность, она рисует своих героев на крайних окраинах жизненного цикла – от рождения до смерти с постоянным акцентом на классические способы представления в западном искусстве. Например, обнаженные или погребальные портреты. Начиная с представления себя, манеры поведения при общении с кураторами и другими партнерами в арт-бизнесе, начиная с собственной одежды и завершая картинами, художница как будто напоминает, что она "грязная женщина". И это вовсе не потому, что она грязная в прямом смысле, а потому, что не боится в жизни отобразить смерть.

Марлен Дюма знает буквально все о гнуснейшей рыночной психологии. Она бессовестно обольщает хитрых галеристов и чувственных корпускулярных директоров гигантских музеев; привлекает публику, играя с ее низменными инстинктами. Она умеет раззадорить прессу и разжечь скандал с помощью гуммозных носов, сочащейся крови, лучистых глаз, заклятых террористов, невинных детских трупиков и наглых промежностей свински розовых проституток. Она любит изображать звезд, вернее, называть их именами те серо-синие растекшиеся пятна с нервным росчерком глаз, резкими точками ноздрей и кривыми линиями губ. Улыбчивый Барак Обама, милашка Монро на смертном одре, печальная наркоманка Эми Вайнхауз, продюсер и убийца Фил Спектор, Энди Уорхолл, супермодели, политики и террористы. Они все мало узнаваемы, но часто цитируемы и хорошо продаваемы. Собственно, портретная серия Дюма – еще один ее ловкий коммерческий ход. Публика не любит безымянных лиц. Зато их любит Марлен.

Художница, как и ее прославленный однофамилец-романист, использует исторические факты и фигуры лишь для творческого разбега. И, как следует разогнавшись, устремляется в мир фантазий, где живут и множатся ее такие уродливые, пугающие, свирепо похотливые и так похожие друг на друга безымянные призраки. Хотя большинство ее картин написаны на основе фотографий (порой случайных, неведь где подобранных), к реальности они не имеют никакого отношения. И в этом главная уловка Дюма. В то время как публика и галеристы смакуют выпученные эрогенные зоны и запекшуюся кровь на мраморных лицах, Дюма щурит свои лотрековские глаза, смакуя публику. Ее живопись – про религию, смерть и любовь. Но все видят лишь раны Христа, трупные пятна и возбужденную анатомию смертных.

В искусстве нет стандарта красоты. Есть много вещей, которые влияют на эту ситуацию, в том числе то, как описывается и преподносится история.

Задание 2.

Напишите вашу оригинальную историю...

...одним предложением: Я...

...в небольшом рассказе: ...

Дорогие читатели, для более удобного выполнения заданий мы можем бесплатно выслать вам рабочую тетрадь к книге "АРТ-КОД СУДЬБЫ. Навигатор построения арт-бизнеса". Для этого вам нужно лишь отправить на почту alessya85@gmx.ch письмо, указав в теме: Рабочая тетрадь к книге "АРТ-КОД СУДЬБЫ".

Прежде чем продолжить, я предлагаю вам ответить письменно на следующие вопросы:

- 1. Причина, по которой моя работа имеет ценность?*
- 2. Причины, по которым мои работы не продаются?*
- 3. Когда вы ответили на первые вопросы, вы будете стремиться продавать вашу работу и в будущем?*

Да/нет, потому что...

- 4. После прочтения первой части книги, выберите для себя метод, по которому вы будете продавать ваше искусство (просто подчеркните его):*

1 метод – Жесткий маркетинг

2 метод – Анонимность

3 метод – Объем

4 метод – Перформанс

Если вам трудно говорить о себе и своих идеях, то попробуйте писать об этом в вашем личном дневнике (если его нет, то просто запишите ваши мысли).

- 5. Почему вы занимаетесь вашим искусством?*

- 6. Почему вы отображаете именно это, а не другое в ваших произведениях (можете описать одно ваше произведение)?*

Очень часто ответ связан с эмоциями или чувствами. Люди часто отождествляют себя с болью, страстью и действительным положением других людей, и эти вещи также создают идеи, которые вы хотите выразить на собственном художественном языке.

К этому заданию рекомендую отнестись со всей ответственностью, так как сделав выбор в пользу того или иного метода, вы будете, благодаря данной книге, уверенней идти вперед – навстречу своей заветной мечте.

Как заинтересовать участников арт-бизнеса

Заветная мечта любого творческого человека, особенно начинающего, это конечно же попасть на биеннале Уитни, выступить в концертном зале имени Уолта Диснея в Лос-Анджелесе или Карнеги-Холле в Нью-Йорке, участвовать на аукционах Christie's или Sotheby's, работать с известными людьми как Стивен Спилберг или Вуди Аллен, с режиссером цирка "Дю Солей" Франком Драгоне. Перечислять можно и дальше, но стоит вопрос, а как добиться, чтобы они узнали о вас и вашем искусстве, и, самое важное, как сделать так, чтобы они захотели работать с вами?

Во-первых, вы должны быть суперталантливы и уверены в своем искусстве.

Я вернусь к собственной истории и расскажу, как я завоевала доверие и реализовала потрясающий проект с американским дизайнером Каримом Рашидом – выдающимся специалистом XXI века в области дизайна.

Любовь к искусству и природное любопытство позволяют мне преодолевать страх перед талантливыми людьми. Увидев нечто потрясающее: будь то картина, песня или фильм, музыка или скульптура, дизайн интерьера или посуда, у меня появляется непреодолимое желание познакомиться с автором. Так состоялось и мое знакомство с необыкновенно добрым, талантливым Каримом Рашидом.

2014 год. Очередная бессонная ночь во время подготовки к моей первой выставке "Классический вечер". Параллельно пишу пресс-релиз для концерта "Сюита" казахстанского композитора со звучным именем Сайраш. И вот я заметила краем глаза, что в телепередаче показывают потрясающе красивую посуду. Мне стало любопытно: кто автор этих работ, чем еще знаменит?

Я бросилась к компьютеру, включила поиск в интернете, и – увидела ошеломляющие, на мой взгляд, работы. Это был и дизайн интерьера, и дизайн автомобиля, и даже целого острова, не говоря уже про многочисленные посуду, очки, одежду, мебель и разнообразные инсталляции. Многие работы я уже видела ранее, не задумываясь, кто их автор, но в этот раз яркие краски и разнообразие работ Карима меня приворожили. Огромный восторг и удивление я испытала, когда узнала, что Карим для производства своей продукции использует экологически безопасные материалы. И в этот миг я решила, как можно больше узнать о нем и пригласить его к нам, в Казахстан.

Эмоции все больше захлестывали меня: "Хочу познакомиться с Каримом!", "Хочу узнать больше о его творчестве!". Я писала письма, но на электронные адреса, указанные на сайтах, как правило, редко отвечают. И тогда я обратилась за помощью к моему хорошему другу Аскару Тохтарову, кинорежиссеру, живущему в Нью-Йорке, США. Видимо, я очень сильно хотела этого знакомства, поскольку Аскар вскоре встретился с Каримом и рассказал о моей просьбе. Дизайнер с любопытством отнесся к ней. Мы познакомились и стали думать над общим проектом – прочтении лекции в Казахстане. Я составила план, написала стратегию, расписала основные цели, риски, ожидаемые результаты, провела подсчеты.

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.