

**Верстова Віта Ярославівна**  
студентка групи МО-61к  
Науковий керівник:  
**Пашенко.Ольга Петрівна**  
к.е.н, доцент,  
Державний університет  
«Житомирська політехніка»

## **АРТ-МЕНЕДЖМЕНТ: ЯК ПРОСУНУТИ СВОЄ МИСТЕЦТВО**

*The artists create a lot, but little earned. Time to change it. The new algorithm is a chance for change. It consists of planning, organization, motivation, and control. All according to the law of management. The artists will be able to sell their art and not disappointing in business and life.*

Ми звикли чути, що художник завжди бідний, але такі сучасні митці, як Джефф Кунс, Демієн Герст, Андре Вікарі та інші, спростовують це твердження. Вони довели, що художник, як і представник будь-якої професії, може заробляти мільйони своїм мистецтвом. Основним інструментом досягнення його цілі є арт-менеджмент.

Почнемо із того, що ж таке арт-менеджмент - це управління у сфері мистецтва; сукупність методів, принципів та засобів з реалізації можливостей підприємництва у сфері мистецтва. Як і будь-яке відгалуження менеджменту, він має свої особливості. По-перше, щільність ринку; складність утриматись в бізнесі молодому митцеві, що пов'язано із системою даної сфери: кожен художник має свого галериста, галерист-оцінщика, і найманих «покупців» для створення вищої ціни витвору. По-друге, суб'єктивність оцінки вартості картини, адже вона залежить і від імені художника.

Головне, для того, щоб бути успішним художником, важливо мати послання суспільству. Необхідно зрозуміти: «Для чого я це роблю?». Якщо ви знайдете відповідь, тоді вам не буде складно упевнити соціум у тому, що ваше мистецтво таке має цінність. Ви вірите у свою ідею - змусьте зробити це інших.

Коли є ідея, варто додати родзинку - те, що буде якісно виділяти вас на тлі інших митців. Унікальність вашого витвору упевнює потенційних покупців і у їх власній неповторності, адже вони змогли оцінити такий шедевр. Окрім того ви маєте бути впевнені у своїх силах, йти до мети, не зважаючи на труднощі, запастися енергією, оптимізмом та витримкою, адже перед вами задача не з легких.

Наступний крок - це комунікації. По важливості, вони не другі, а на рівних з наявністю меседжу. Зв'язки потрібно встановлювати і підтримувати не лише з покупцями картин.

Перш за все це бажана аудиторія - як не крути, мистецтво, в більшості випадків, «на смак», тож не варто намагатись догодити одразу всім. Оберіть контингент і підтримуйте з ним зв'язок. Не варто забувати і про інновації та інтернет простір. Саме через соціальні мережі легко створити ефект «присутності» (опитування, розіграші і т.д.).

Наступні, хто вимагає уваги, це ваша власна команда. Складно творити і вирішувати усі проблеми, пов'язані з просуванням картини. Художник має вирішити, що він зможе зробити сам, а які обов'язки делегувати. При цьому варто підтримувати дружню атмосферу в колективі, оптимізм і віру у спільну справу.

Не варто забувати про «людей мистецтва». Необхідно підтримувати міцні зв'язки з галеристами, оцінщиками, іншими художниками і творчими людьми. Бажано відвідувати творчі вечори і виставки. Продемонструйте, що ви тепер теж у творчому бізнесі, але при цьому, готові до творчої співпраці з іншими. Таким чином створюються колаборації, що є хорошим стартом для молодого художника.

Куди ж без фінансів? З нуля починати складно. В будь-якому разі необхідне залучення інвестицій. Не варто розраховувати лише на вітчизняну підтримку, адже багато іноземних інвесторів наразі готові вкладати свої інвестиції у розвиток сучасного мистецтва.

Важливою умовою є ваша власна позиція. Суспільство оцінює перш за все не витвір, а того, хто його створив. Тут має місце екологічна свідомість, питання насилля не лише до людей, але і до тварин, питання гендерної та расової рівності, толерантність та інше. Це створює ваш образ. Ціна вашої творчості зростатиме, якщо ваші думки стануть записувати собі до щоденників.

Попри все не бійтесь бути собою. Це ключове. Відкрийте себе світу і не бійтесь шокувати - за це готові викидати скажені гроші. Шок, агресія, сльози, сміх - викликайте емоції. Технології заповнили все, тож добре відчувати, що ти і досі людина, бо плачеш, дивлячись на картину.

Так, технології... не забувайте про них. Слідкуйте за новинами, це може допомогти створити щось унікальне і нове по своїй природі.

Сфера мистецтва, якщо розглядати її, як джерело збагачення, має багато потенційних покупців, але вони мають бути упевненими, що купують шедевр. В даному випадку, головну роль відіграють унікальність ідеї, непереборне бажання стати успішним та комунікації з аудиторією, командою, інвесторами, суспільством і «колегами». Тож на прикладі арт-менеджменту яскраво видно, що обов'язковим є вміння «продавати себе». Головне, це навіть не саме мистецтво, а митець, особливо перший час, коли він ще «нікому не відомий бідний художник».

### **Список використаних джерел:**

1. Ціна мистецтва: як молодому художнику заробити на власних творах. Mind - незалежний журналістський бізнес-ресурс/ [Електронний ресурс].– Режим доступу: <https://mind.ua/openmind/20199188-cina-mistectva-yak-molodomu-hudozhniku-zarobiti-na-vlasnih-tvorah>
2. Акула мистецтва: 5 правил успіху від художника ДемієнаГерста. K.FundMedia - інформаційний ресурс про нові можливості / [Електронний ресурс].– Режим доступу: <https://kfund-media.com/akula-mystetstva-5-pravyl-uspihu-vid-hudozhnyka-demiyna-gersta>
3. Как раскрутить художника? Dianov-art.ru- культурно-інформаційний проект Володимира Діанова / [Електронний ресурс].– Режим доступу: <http://dianov-art.ru/2013/12/20/kak-raskrutit-xudozhnika>