



— Анастасия Андреева, основатель онлайн-академии и куратор ARTLIFE FEST



наших художников создать что-то на одну тему. Из-за их плотного графика мы от некоторых с трудом вовремя получаем картины. (Смеется.) Мы, разумеется, мониторим, где художник выставлялся до этого. Есть некий уровень, на который мы равняемся. У нас не только иностранные художники, но и российские. Есть и те русские, кто живет и работает за границей. Например, Константин Дворецкий, который в 1990-е переехал в Канаду. Это как раз тот случай, когда очень трудно добиться работ, потому что у него почти ничего нет в наличии: он пишет и тут же либо продает работы, либо отправляет на выставки и биеннале. И среди художников есть пять-шесть тех, кто создал картины именно под наш фестиваль.

Среди хедлайнеров фестиваля в этом году несколько очень известных фешен-иллюстраторов. Насколько сегодня востребовано это направление?

Начнем с того, что в нашей стране, к сожалению, фешен-иллюстрации почти нет. Почему мы ведем художников, работающих в этом направлении? Потому что это действительно интересно, актуально, мы знаем, что это востребовано у учеников. У творческих людей есть такая проблема — они не могут монетизировать свое творчество. В фешен-иллюстрации, напротив, ты знаешь, кому это предложить. Мы привозим Блэр Брайтенштайн, она на данный момент один из самых популярных иллюстраторов в мире, работает и с Dior, и с Chanel. Она звезда. И она ни на кого не смотрела, не оглядывалась, делала, как ей хочется и как она это видит. И благодаря тому, что на Западе есть этот рынок, она смогла достичь финансового успеха. А у нас этого рынка нет. Поэтому мы хотели, чтобы хороший спикер рассказал о своей сфере нашей аудитории. Кстати, до нас Блэр ни разу не давала мастер-классы.

А можно будет купить работы, выставленные на ARTLIFE?

Мы не ярмарка и не делаем на этом акцент. Но приобрести работы можно. Еще мы выпустим журнал Artlife Magazine, который одновременно будет

и каталогом с работами художников. Обложку для него согласилась сделать Блэр Брайтенштайн. Так что издание получилось коллекционным. Всего мы напечатаем 900 экземпляров.

В названии фестиваля слово «интерактивный». Расскажите, как технология дополненной реальности будет представлена в рамках ARTLIFE?

У нас будет специально разработанное приложение. Бесплатно скачав его, зрители смогут наводить свои смартфоны на картины и видеть разные спецэффекты. К примеру, у Элен Баллок из иллюстрации с девушкой в платье Valentino будут лететь на зрителя сердца. В этом году мы дополнили приложение аудиогидом. А еще задействовали VR-технологии. Художник Денис Семенов даст несколько мастер-классов. Их участники наденут очки, получат специальный брашинг-ролик и станут рисовать в воздухе: у них перед глазами на экране начнет возникать картина. Будет возможность скачать свою работу и распечатать на холсте. От современных технологий никуда не деться. Они плотно вошли в нашу жизнь и в искусство. Мы выступаем за их симбиоз с классическим искусством. В этом я, как куратор, вижу возможность привлечь массовую аудиторию. А это одна из наших главных целей.

Почему именно Трехгорная мануфактура стала местом проведения фестиваля?

В прошлом году по той простой причине, что нам было удобно расположение. В этом году город предложил несколько площадок на выбор. Среди них были «Манеж» и Музей Москвы. Но пока шли все согласования, «Манеж» заняли, а Музей Москвы не подошел нам по размещению всех мероприятий фестиваля. Поэтому мы снова остановились на «Трехгорке» с ее 2000 кв. м и идеальным периметром. В этом году вокруг самой выставки разместится зона мастер-классов.