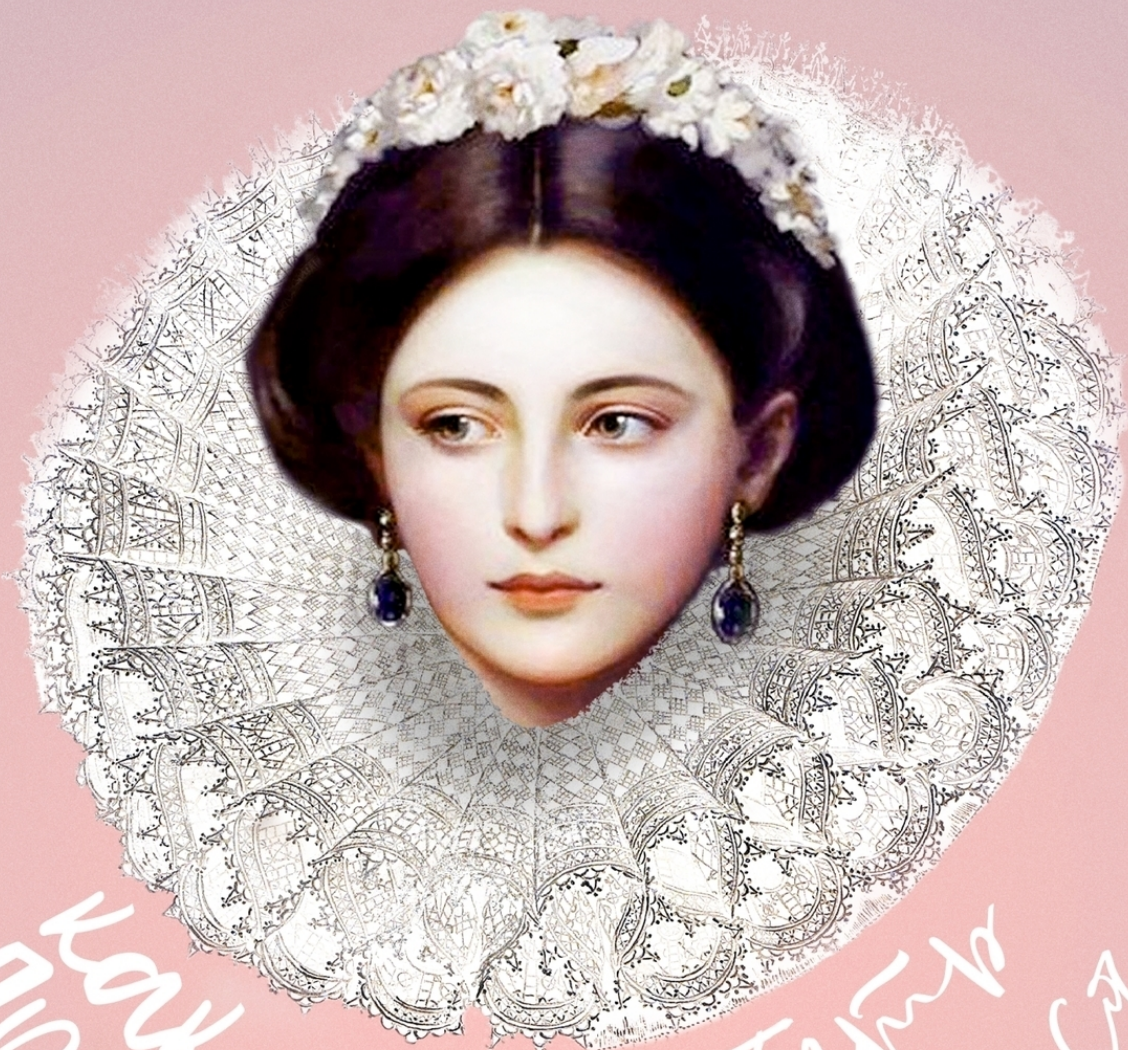


Алёна Алексеева



как заработать
на
искусстве и остром
художнике



16+

Алёна Алексеева

**Как заработать, преуспеть
и остаться художником**

«ЛитРес: Самиздат»

2019

Алексеева А.

Как заработать, преуспеть и остаться художником /
А. Алексеева — «ЛитРес: Самиздат», 2019

ISBN 978-5-532-07711-9

Почему одни художники зарабатывают миллионы, пока другие продолжают стучать в закрытые двери? Прочитав книгу вы узнаете:- Как устроен российский арт-рынок,- Кто покупает искусство и кто потенциальный покупатель конкретно ваших произведений,- Почему важно заниматься продвижением своего творчества самостоятельно. Новая книга Арт Фанатки - это настольная книга каждого художника, который мечтает стать профессионалом своего дела.

ISBN 978-5-532-07711-9

© Алексеева А., 2019
© ЛитРес: Самиздат, 2019

Содержание

Знакомство и напутствие	6
Искусство в цифрах	7
Существует ли секрет успеха в арт-бизнесе?	15
Список самых богатых художников в мире:	16
Мифы о художниках, в которые мы все еще верим	19
С чего начать?	23
Портфолио включает в себя:	26
Кто есть кто в арт-бизнесе?	28
Художник	28
Куратор	29
Арт-дилер	31
Коммерческая галерея	32
Конец ознакомительного фрагмента.	35

Алёна Алексеева

Как заработать, преуспеть и остаться художником

Моему Косте, без которого этой книги бы не было.

И тебе, мой всегда юный, немного сумасшедший, но до безумия талантливый художник.

Знакомство и напутствие

Меня зовут Алена Алексеева. Идея написать книгу о самопродвижении для художников пришла ко мне, когда я поняла, что художники разных возрастов, разного уровня подготовки, все чаще задаются вопросами о возможности самореализации в творческой профессии: «Можно ли продавать то, что я делаю?», «А как устроить выставку и нужно ли это вообще!?», «Почему у того художника покупают картины, а у меня нет?»

Мне каждый день приходят вопросы о том, как устроить выставку, какие первые шаги сделать начинающему художнику, как продвигать себя в арт-мире.

Всего за несколько консультаций я убедилась, что вопросы, интересующие художников, очень похожи. Чаще всего у меня спрашивают не совета по технике исполнения, по рисунку или формату работ. Непонимание вызывают другие моменты творческой карьеры. Как выбрать галерею, где продавать работы, как найти клиента?

Художественные школы готовят хороших мастеров, которые оказываются беспомощными в свободном плавании. Им не объясняют важность маркетинга, принципы упаковки продукта и основы техники продаж. Более того, большинство выпускников убеждены, что эти термины неприменимы к искусству и художник не должен иметь ничего общего с ними.

В своем блоге «Арт Фанатка» я каждый день рассказываю художникам, что творчество – это карьера. А карьера – это долгий процесс. Она не строится за ночь или за неделю. На построение собственного бренда уйдут месяцы, на наработку базы постоянных покупателей – годы.

Кто-то подходит к своей карьере как к бизнес-проекту и получает коллаборации с известными брендами, заказы на работы, предложения провести мастер-классы и прочитать лекции. А кто-то сидит и ждет. Но как сказал Саша Голынский в моем интервью: «Если ты сидишь и ждешь, то ничего, кроме нервного срыва, ты не дождешься. Ты хотя бы лежи в нужном тебе направлении».

Книга пронизана письмами от художников, которые мне посчастливилось собрать именно для этой книги. Они будут встречаться вам от главы к главе, и я надеюсь, что ко второму изданию писем станет намного больше.

В этой книге я расскажу вам о нескольких путях развития творческой карьеры. Вам не обязательно следовать каждому моему совету. Если вы воспользуетесь хотя бы одним, то результат не заставит себя ждать. У каждого художника свой путь и свои цели, и стремления. Нет какой-то волшебной кнопки или таблетки, которая бы за ночь сделала из вас богатого и знаменитого artist.

Художественный мир – это сложная система взаимоотношений и, в первую очередь, людей. Хочу вас сразу предупредить, но не напугать, о том, что не только в России, но и за рубежом, очень небольшому количеству художников удастся себя полностью обеспечивать с помощью своего творчества. Большинству так или иначе придется работать в смежных областях, чтобы покрывать все свои расходы на жизнь.

Используйте эту книгу как рабочую тетрадь. Делайте в ней пометки, рисуйте значки, загибайте страницы. В общем, работайте с ней так, как если бы это был ваш дневник.

Я хочу пожелать вам спокойной атмосферы для чтения, терпеливых друзей и родных, и больших амбиций.

Искусство в цифрах

Перед тем, как отправиться в путешествие, давайте определимся, с чем мы имеем дело. Я пишу эту книгу в начале 2020-го. И данные, которые я приведу ниже, актуальны именно на этот период.

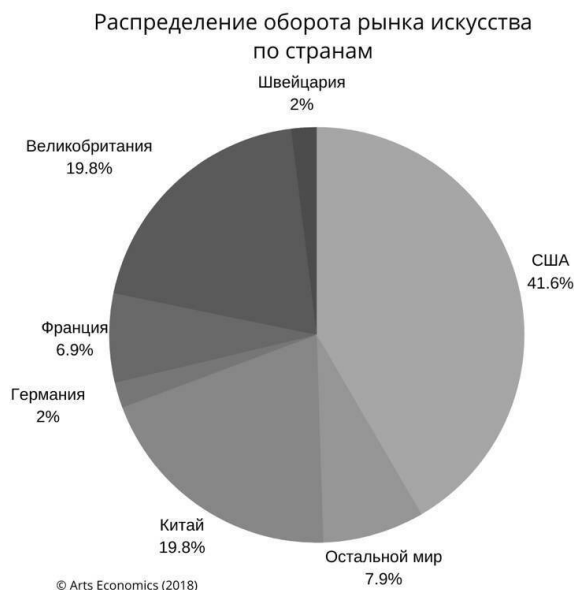
Я живу сейчас в России, как и многие мои ученики. Хочу сказать, что ситуация на арт-рынке в странах бывшего СССР очень похожа и в первую очередь нас интересует ситуация на рынке искусства именно здесь. Впрочем, я охватываю немного западной и восточной статистики, так как для настоящего искусства государственных границ не существует.

Что мы имеем на сегодняшний день? За 2018 год, объем продаж российского искусства на мировых аукционах вырос на 10%¹. Однако в России объем продаж в этой сфере упал почти на 25%. С чем это связано? Дело в том, что пока западные художники развивали арт-индустрию и культуру коллекционирования, в СССР строили железный занавес. За это время поезд, как говорится, ушел. И теперь нам приходится заново выстраивать рыночные отношения между собой и с западными коллегами. Рынок искусства в России не совсем понятен зарубежным коллекционерам. Здесь нет достаточной экспертизы, а 80% от всего оборота искусства ввозится и вывозится за пределы страны нелегально.

Объем экспорта российского искусства составляет менее 1%. Лидером все еще остается США. Когда российский коллекционер прилетает в США, в первую очередь он смотрит на тренды в искусстве. Что сейчас хорошо продается, какие художники на пике славы? А кто еще только собирается блеснуть? И на основе полученных данных выбирает работу. То же самое делает зарубежный коллекционер в России. И когда он видит, что российский коллекционер ездит за произведениями искусства в США вместо того, чтобы инвестировать в российских художников, он делает вывод, что доверять российскому рынку нельзя.

Российские коллекционеры все еще предпочитают покупать произведения искусства на западе. И, хотя Москва считается четвертым городом по количеству долларовых миллиардеров, оборот рынка искусства, по сравнению с другими городами, здесь очень мал.

¹ По данным ARTinvestment.ru



В 2018 году новостью для арт-дилеров стало знакомство с организацией УПРАВИС², которая взимает 5% от стоимости проданной (или перепроданной) работы в пользу художников (защита авторского права при реализации права следования). Осенью 2018 года несколько крупных аукционных домов получили требование от УПРАВИС предоставить полные сводки по продажам (включая личную информацию коллекционеров). Большинство аукционов увидели в этом требовании угрозу конфиденциальности их базы клиентов, которая является основой их бизнеса. Правительство не стало слушать контраргументы, критикующие это нововведение.

Культурными центрами в России можно назвать Москву и Санкт-Петербург. Однако бурная выставочная деятельность появляется и в других регионах: Пермь, Нижний Новгород, Казань, Екатеринбург, Воронеж.

Нижегородский Арсенал – это филиал московского ГЦСИ, деятельность которого направлена на поддержку художников современного искусства. Нижний Новгород интересен своей галереей современного искусства FUTURO.

В Перми уже несколько лет существует музей современного искусства PERMM, созданный по инициативе галериста Марата Гельмана. Одним из самых ярких и успешных проектов музея стала выставка «Русское Бедное» (проект Сергея Гордеева, куратор Марат Гельман).

Уральскую индустриальную биеннале можно считать относительно молодой: выставка, организованная Государственным центром современного искусства (ГЦСИ) в составе РОСИЗО, проходит в Екатеринбурге с 2010 года. За это время биеннале заявила о себе как о важнейшем проекте на территории России³.

² УПРАВИС – организация по коллективному управлению исключительными правами художников, фотографов, скульпторов и других авторов произведений изобразительного искусства. По мнению организации, все художники, авторы произведений и их наследники имеют право получать вознаграждение при каждой перепродаже их произведений через аукционы, галереи, салоны и т.д., а любое использование их произведений в печати, интернете, промышленности, в кино и на телевидении возможно только с разрешения авторов, которое уполномочен выдавать УПРАВИС. По данным видам прав сбор, распределение и выплату авторского вознаграждения осуществляет УПРАВИС.

³ [Электронный ресурс] fifth.uralbiennale.ru

Феномен «воронежской волны», как кажется, уже стал частью истории искусства, истории города Воронежа. «Волна» появилась в середине 2000-х годов: это Иван Горшков, Николай Алексеев, Илья Долгов и Арсений Жилиев. В Воронеже находится галерея Х.Л.А.М., которой руководит Алексей Горбунов.

Если мы посмотрим на Восток, то увидим, что по количеству частных коллекционеров Китай догоняет, а в некоторых отраслях уже обошел США. По данным Artprice, на Китай приходится 33% рынка современного искусства.

К сожалению, посчитать количество художников в России не так-то просто, большинство из них работают на дому и не имеют юридического лица. Однако среднюю зарплату художника эксперты службы занятости с легкостью вычислили, и получилось в среднем 570– 650 долларов в месяц. Нужно отметить, что обычно у художников нет стабильного ежемесячного дохода. Прибыль складывается из количества выполненных проектов, стоимость которых может достигать до 4 000 долларов. Именно на эти деньги живет художник несколько месяцев.

И, раз на сегодняшний день США остается самым большим экспортером произведений искусства, давайте посмотрим на американских художников более внимательно.

Количество людей, занятых в сфере культуры и искусства составляет у них 4,7 миллиона человек. Изобразительным искусством занимается примерно 200 тысяч человек. Средний возраст художника – 41 год. Женщин из них 45,7%. Средняя зарплата составляет 50 000 долларов в год. Процент безработицы среди художников всего 4,3%.

Несомненно, расходы на жизнь в США и России сильно отличаются. И если на проживание и питание в Лос-Анджелесе будет уходить не менее 4000 долларов, то в Москве эта сумма будет около 2000 долларов.

Всемирный оборот искусства на аукционных торгах за период с 2008 по 2019 год составил 196,6 миллиардов долларов⁴. Продажи искусства, созданного женщинами за тот же период, составляют всего 4 миллиарда долларов от суммы выше. Можно также отметить, что искусство, созданное женщинами, быстрее растет в цене (на 72,9%), по сравнению с аналогичными мужскими работами, цена на которые выросла только на 8,3%⁵.

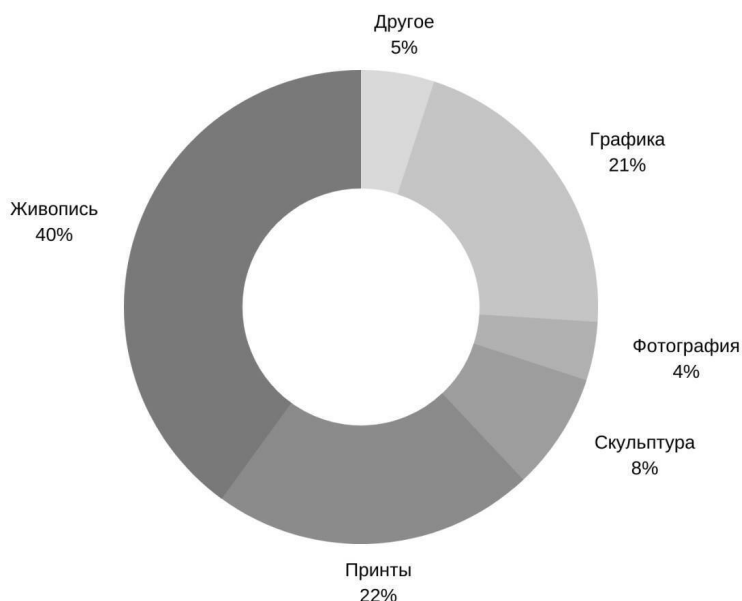
Хотя количество продаж на аукционах с каждым годом растет, половина произведений искусства, продаваемых на вторичном рынке на западе, стоит менее 1000 долларов. С таким небольшим бюджетом можно приобрести фотографии, графику, гравюры.

За 2018 год было продано более 530 000 произведений искусства по всему миру, что на 55% больше, чем за все прошлое десятилетие. Растущий аппетит к искусству особенно чувствуется на западном рынке, который генерирует подавляющее большинство сделок в этой области (более 455 000). И только 4% этих сделок связаны с куплей-продажей произведений дороже 50 000 долларов. Поэтому нельзя сказать, что арт-рынок предназначен только для богатых людей: половина работ, проданных на аукционе, стоили менее 1000 долларов (52%). И этот показатель вырастет до 79%, если мы увеличим стоимость произведений до 5000 долларов.

Распределение проданных на западе произведений искусства по категориям:

⁴ Courtesy of Artnet News and In Other Words at Art Agency, Partners.

⁵ [Электронный ресурс] news.artnet.com «womens-place-in-the-art-world» Rachel Corbett, 2019 г.



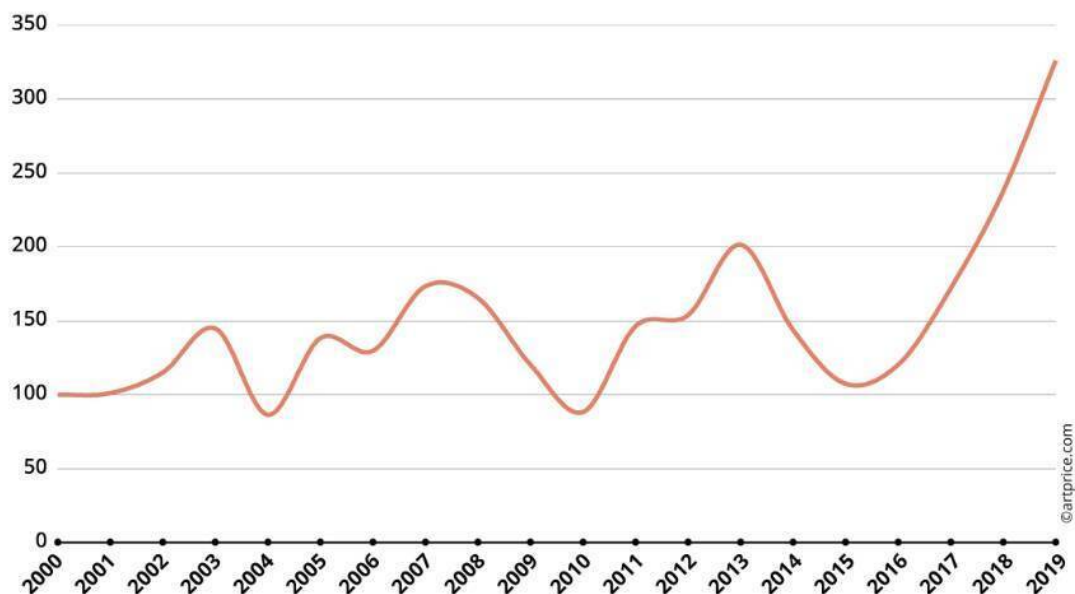
15 ноября 2018 года на аукционе Christie's (Лондон) Дэвид Хокни стал самым дорогим, из ныне живущих, художником в мире благодаря своему «Портрету художника» («Бассейн с двумя фигурами»). Торги начались с 18 миллионов долларов, и всего за девять минут ставка поднялась до нового рекорда в 90,3 миллиона долларов. Портрет у бассейна побил предыдущий рекорд для ныне живущего художника, принадлежавший Джеффу Кунсу с его “Balloon Dog (Orange)”, проданной за 58,4 миллиона долларов⁶.

Хокни не единственный британец, который выделился в 2018 году. 5 октября на Sotheby's в Лондоне Дженни Савиль стала самой дорогой в мире художницей: ее работа впервые преодолела рубеж в 10 миллионов долларов. Лучшая работа художницы, когда-либо представленная на аукционе, была продана за 12,5 миллионов долларов – цена, которая во многом связана с дефицитом произведений Савиль, поскольку только 41 ее картина была продана с аукциона за 20 лет⁷.

График уровня цен на произведения Дэвида Хокни.

⁶ 12 ноября 2013 года на Christie's

⁷ [Электронный ресурс] artprice.com «the-art-market-in-2018»



Работы женщин-художниц до сих пор остаются в меньшинстве на арт-рынке. 95% искусства, проданного на аукционах, было создано мужчинами-художниками⁸.

Однако тренд на «женское» искусство растет, и со временем будет расти и спрос. На сегодняшний день перекося в сторону искусства, созданного мужчинами, можно объяснить самой системой функционирования рынка. Коллекционеры склонны покупать то, что уже продавалось. И если работы мужчин продавались ранее лучше, то и в дальнейшем это будет так.



Примерно 36% художников, представляемых галереями, являются женщинами. А продажи искусства, созданного художницами, приносило галерее в 2018 году 32% оборота⁹.

В 2000 году только 25% выставок были посвящены женскому искусству. В 2018 году эта цифра увеличилась до 33%.

А в 1950 году этот процент был ниже 10%¹⁰.

Другая британка, Сесиль Браун, переживает столь же быструю переоценку. Ее картина «Внезапно прошлым летом» (1999), первоначально проданная Ларри Гагосьяном в Нью-Йорке в 2000 году, была выставлена в мае 2009 года на аукционе Phillips, и была продана за 662 500 долларов. Двенадцать месяцев спустя она была снова представлена на продажу (на Sotheby's), где ее стоимость составила чуть больше 1 миллиона долларов. 16 мая 2018 года «Внезапно прошлым летом» установила новый рекорд для Сесили Браун на аукционе Sotheby's в Нью-Йорке в размере 6 776 200 долларов.

⁸ “The art market 2019” An Art Basel and UDS Report, Dr Clare McAndrew

⁹ [Электронный ресурс] “The art market 2019” An Art Basel and UDS Report, Dr Clare McAndrew

¹⁰ [Электронный ресурс] Окончание срока доступа»



В галереях произведения женщин-художниц оцениваются на 27% ниже по сравнению с мужскими аналогичными работами¹¹.

Сколько времени уходит на продажу произведения современного искусства (данные за 2017 год)

До 3-х месяцев	8%
От 3 до 6 месяцев	19%
От 6 до 12 месяцев	32%
От 12 до 18 месяцев	13%
От 18 до 24 месяцев	10%
Более чем 2 года	19%

© Arts Economics (2018)

Поколение российских художников, родившихся в 50 – 60-х годах прошлого века, еще не вышло на развитый аукционный рынок. Тем не менее, коллекционеры уже активно работают в этой области и следят за такими молодыми художниками, как Дубоссарский и Виноградов.

1 апреля 2018 года парижский аукционный дом Cornette de Saint-Cyr Paris выставил на продажу «Пейзаж» Дубоссарского и Виноградова, стоимость которого выросла в два раза и достигла 27 000 евро.

Присутствие в Париже галерей, специализирующихся на русском искусстве, способствовало развитию российской арт-сцены. Кроме того, французский аукционный дом Calmels-Cohen активно поддерживает цифровые работы группы AES+F, основанной в 1987 году. Три работы, представленные на Calmels-Cohen, нашли покупателей за цену от 800 до 2200 евро (9 июня 2005 года). Ряд других русских художников также начинает упоминаться на выставках и в специализированных художественных СМИ. Среди них Владислав Мамышев-Монро, Вячеслав Мизине, Александр Чабуров, Константин Батынков, Александр Пономарев и Авдей Тер-Оганян; но они все еще неизвестны (или почти неизвестны) на публичных аукционах.¹²

На самом деле, российская современная арт-сцена сейчас особенно активна несмотря на то, что все еще подвергается цензуре. В Москве два организатора выставки 2007 года «Запретное искусство – 2006» на тему цензуры в искусстве, наконец, приговорены к выплате штрафа. Выставка подверглась резкой критике со стороны ряда религиозных и националистических организаций, а в отношении её организаторов –

¹¹ [Электронный ресурс] “The art market 2019” An Art Basel and UDS Report, Dr Clare McAndrew »

¹² [Электронный ресурс] artprice.com «contemporary-russia-an-emerging-market»

Андрея Ерофеева и Юрия Самодурова – было возбуждено уголовное дело за разжигание религиозной розни, закончившееся обвинительным приговором суда¹³.

Современное российское искусство выражает сильное настроение инакомыслия, и его собирают не только молодые богатые россияне, но и европейцы, и американцы.

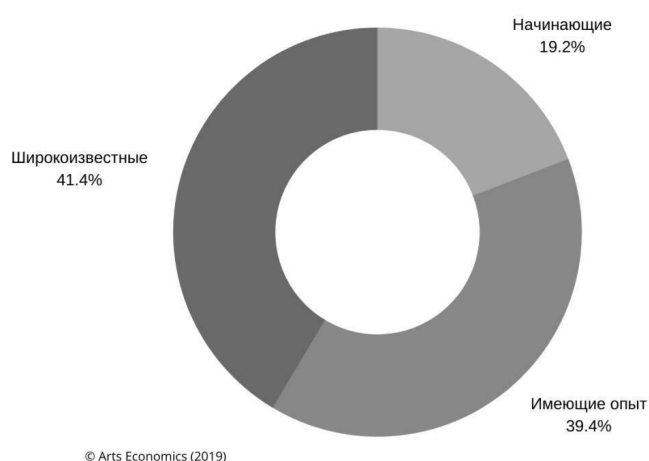
На аукционах около десятка российских художников явно выделяются среди остальных, цены на их работы достигают 100 000 долларов. Фаворитами рынка являются KOMAR & MELAMID – диверсионный дуэт, который переделывает образы советской пропаганды, как правило, маслом на холсте. Их рекорд был установлен на аукционе в Лондоне в апреле 2010 года и составил 550 000 фунтов стерлингов (847 000 долларов США), что в пять раз превысило предварительную оценку¹⁴.

Положительные изменения российского арт-рынка мы наблюдаем каждый год. Создаются новые площадки для демонстрации произведений искусства, проводятся биеннале, ярмарки искусства. Это привлекает больше людей и создает определенный ореол праздника вокруг арт-мира.

По некоторым данным, качественный скачок на российском рынке искусства случится в 2030-му году. К этому времени подрастет новое поколение коллекционеров, и искусство перестанет быть чем-то исключительно элитарным. Так как цены на российское современное искусство ниже западных и восточных аналогов, можно ожидать подъем продаж среди покупателей среднего класса.

В последнее время на арт-рынке США был зафиксирован рост активности новой группы покупателей искусства – представителей поколения миллениалов. Так, по данным аналитиков, доля покупателей искусства на американском арт-рынке в 2017 году выросла наиболее заметно среди миллениалов – до 36% (по сравнению с уровнем 2016 года)¹⁵. По разным экспертным оценкам, ожидается, что доля арт-потребителей-миллениалов в будущем будет только увеличиваться.

Распределение продаж художников в галереях в зависимости от опыта и карьеры



¹³ [Электронный ресурс] Википедия «Запретное искусство – 2006»

¹⁴ «Встреча Солженицына и Белля в загородном доме Ростроповича», Phillips de Pury & Company

¹⁵ [Электронный ресурс] исследования US Trust

Выводы, сделанные по результатам исследования поведения миллениалов на крупнейшем арт-рынке мира – США, можно перенести и на другие страны, в том числе и на Россию через 3–5 лет.

При этом американские миллениалы максимально нацелены на извлечение прибыли из арт-рынка¹⁶. Они расценивают приобретение предметов искусства как надежные инвестиции, а также открыты для спекулятивных сделок. Кроме того, миллениалы используют собранные коллекции для демонстрации высокого социального и/или интеллектуального статуса.

Что касается российской аудитории, по экспертным оценкам, ядром остаются состоятельные консервативные коллекционеры в возрасте от 35 до 55. Для молодежи в приоритете останется интеллектуальное потребление (просмотр экспонатов в музеях, чтение книг об искусстве и т.д.)¹⁷.

¹⁶ [Электронный ресурс] исследования US Trust

¹⁷ Национальный исследовательский университет Высшая школа экономики «РОССИЙСКИЙ РЫНОК ПРЕДМЕТОВ ИСКУССТВА», 2018 г. Автор: Седых И. А

Существует ли секрет успеха в арт-бизнесе?

В недавнем исследовании ученые проанализировали результаты аукционов, музейных и галерейных выставок в 143 странах в период с 1980 по 2016 год. На основе полученных данных ученые выяснили, что успех таких художников, как Джефф Кунс, Дэмиен Херст и Такаси Мураками, зависел не только от их таланта. Оказывается, для того чтобы попасть в десятку самых успешных художников планеты, необходимо обладать связями в арт-мире.

Специалисты подтвердили и то, что художникам из США проще добиться успеха. С чем это связано? Чтобы попасть в те самые 0,2% наиболее богатых и успешных художников в мире, сначала необходимо попасть в самые влиятельные музеи и галереи¹⁸.

Если одна из первых пяти ваших выставок прошла в одной из галерей Гагосяна или в музее «Метрополитан», то шанс стать звездой увеличивается в 33 раза¹⁹.

Искусство – это не точная наука. Здесь не получится измерить и научно доказать наличие или отсутствие таланта, разобрать по молекулам произведение и выявить нечто новое и достойное больших денег. Мир искусства – это мир влияния. Кураторы, галеристы и арт-критики выступают в роли богов. Именно они решают, кому блистать на небосклоне, а кому умереть в безвестности.

¹⁸ [Электронный ресурс] Отчет «Quantifying reputation and success in art» 2018 г.

¹⁹ [Электронный ресурс] «The Surprising Formula for Becoming an Art Star» Kelly Crow, 2018г.

Список самых богатых художников в мире:

- Дэмиен Херст, Великобритания. Состояние более 1 миллиарда долларов.
- Джефф Кунс, США. Состояние более 400 миллионов долларов.
- Такаси Мураками, Япония. Состояние более 300 миллионов долларов.
- Брайс Марден, США. Состояние более 200 миллионов долларов.
- Джулиан Шнабель, США. Состояние более 100 миллионов долларов.
- Аниш Капур, Великобритания. Состояние более 100 миллионов долларов.



В 1886 году Ван Гог переехал в Париж, чтобы стать художником. За всю свою жизнь он продал только одну картину и покончил с жизнью в возрасте 37 лет. «Мои работы не продаются. И я ничего не могу с этим поделать», – писал он своему брату Тео.

Если бы он родился сейчас, то ему следовало бы переехать в Лондон или Нью-Йорк, показать свои работы одной из 400 самых влиятельных институций, и, при удачном стечении обстоятельств, это сделало бы его суперзвездой мирового масштаба.

Другое исследование²⁰ связывает успех художника со списком его знакомых. Чем больше у художника друзей в арт-среде, тем больше у него шансов добиться успеха.

Объясняется это довольно просто. Дело в том, что арт-сообщество – это довольно небольшая индустрия, по сравнению, например, с шоу-бизнесом. Все представители институционального пространства знают друг друга в той или иной степени. Если вы знакомы со всеми галеристами вашего города, легко предположить, что рано или поздно один из них решится на сотрудничество с вами.

Вспомните Пикассо, Кандинского, Дали. Они не сидели на месте. Эти художники много путешествовали, расширяли круг своих знакомств, были космополитами своего времени. То же самое наблюдается и сейчас. Если вы хотите, чтобы ваше имя было известно по всему миру, вам придется этому миру себя показать. Еще не было случаев, когда художник откуда-нибудь из Саратова стал признанным и всемирно известным, не выезжая за пределы своего города.

Список из 5 самых многообещающих художников в мире (на 2019 год):

²¹

– Томаши Джексон. По мнению Абигейл Росс Гудман (куратор и арт-консультант), участие Джексон на биеннале «Уитни» в 2019 году было высоко оценено критиками и привлекло к художнице много поклонников. Джексон работает с разнообразными медиа, абстракцией, найденными образами и вкладывает в свои произведения социально-политическое содержание.

– Анна Уденберг. Участница девятой берлинской биеннале работает со скульптурой. В ее работах объединены темы самосознания и самопрезентации во времена соцсетей. Основываясь на идее Джудит Батлер о перформативной концепции гендера, работы Уденберг продолжают тему женской идентичности в потребительской культуре.

– Тереза Хромати. По мнению Хелен Тумер²², художница обладает собственным визуальным языком, пронизанным фрагментами самопрезентации, слоями эмоций и сюрреалистическими символами секса и власти.

²⁰ [Электронный ресурс] artsy.net «artsy-editorial-artists-famous-friends-originality-work» Casey Lesser, 2019 г.

²¹ [Электронный ресурс] news.artnet.com «art-world/breakout-artists-2019» Kristina Newman-Scott

²² Хелен Тумер – одна из основательниц резиденции Stoneleaf Retreat в Нью-Йорке.

– Шейда Солеймани. Художница работает с фотографией и темами глобальных политических кризисов, особенно в стране, откуда родом ее родители – в Иране.

– Келли Акаши. Художница из Лос-Анжелеса работает с темами энтропии, хрупкости природы и влияния человека на планету.



Письмо №1.

Наверное, нет однозначного ответа о том, как нужно правильно начинать карьеру художника, особенно в России. Первое, с чего стоит начать, – это образование. Оно может быть разным: от классического академического образования до концептуального подхода новых школ. Конечно, образование в России все также оставляет желать лучшего, но нехватку знания можно дополнять резиденциями, практиками и короткими стажировками, которые являются частью любого художественного процесса.

Если говорить о том, что стоит делать молодому художнику, я бы сказал, что необходимо профессионально общаться. Общение помогает обрести кругом людей, с которыми будет приятно и продуктивно работать. Точно не стоит отправлять бесконечные письма в галереи, на которые художники не получают ответа, но общаться с такими же молодыми кураторами и художниками, участвовать в групповых выставках и создавать свои объединения. Нахождение внутри дискурса – одна из важных задач любого художника.

К чему стоит быть готовым? К молодому искусству есть интерес – среди критиков, коллекционеров, кураторов. Это новое искусство, новые имена и достаточно доступные цены. Очень часто это расслабляет. Художник должен быть готов к переходу на новый уровень, когда интерес к новизне исчезнет, а необходимость профессионального перехода на более сложный, осознанный уровень искусства останется. Художник всегда должен искать себя, свое высказывание, лицо, то, что он хочет сказать этому миру, и тогда все получится.

Иван Плющ

С 1997 по 2001 год учился в Санкт-Петербургском училище им. Н. Рериха. С 2003 по 2009 год учился в Государственной художественно-промышленной академии им. В. Мухомовой на кафедре Монументально-декоративной живописи (мастерская С. П. Пономаренко).²³

В 2007 году вместе с Настей Шавлоховой и Ильей Гапоновым придумал и создал арт-проект «Непокорённые». К числу наиболее знаменитых соло-проектов относится «Процесс прохождения», показанный на выставке «Манифеста 10»: гигантская ковровая дорожка поднималась под потолок сцены торжественного актового зала, где выступал Ленин. Впервые работа была показана на Уральской биеннале современного искусства в Екатеринбурге в 2012 году. В 2015 году принял участие в Венецианской биеннале современного искусства в одном из проектов Дмитрия Озеркова.²⁴

²³ [Электронный ресурс] Википедия. Иван Плющ.

²⁴ [Электронный ресурс] Википедия Иван Плющ.

В 2013 году российский "Форбс" признал Плюща одним из семи самых перспективных художников России. В 2017, 2018 годах вошел в российский инвестиционный художественный рейтинг 49ART, представляющий выдающихся современных художников в возрасте до 50 лет.

Является лауреатом Премии "Инновация", ГЦСИ, Москва и премии Курёхина, Санкт-Петербург.²⁵

²⁵ [Электронный ресурс] Википедия Иван Плющ.

Мифы о художниках, в которые мы все еще верим

Творческие люди всегда были окружены каким-то ореолом тайны. Художники, писатели, музыканты, актеры – их жизнь кажется нам чем-то недоступным, таинственным и волшебным. Мы редко интересуемся началом карьеры этих людей. Гораздо интереснее наблюдать за тем, как живут знаменитые люди на пике их профессионального успеха.

У общества сложилось несколько стереотипов о том, какой жизнью живут деятели искусства. Что вы первым делом представите, когда я назову имя Брэда Питта? Несколько фильмов с его участием, красавицу жену и, наверное, красную дорожку? Мы привыкли к тому, что звезды Голливуда окружены поклонниками, покупают себе огромные дорогие дома и часто мелькают в светской хронике.

Когда же речь заходит о художниках, то тут всплывают совсем другие стереотипы или даже мифы. Помните поговорку «жена художник – горе в семье»? Или «художника обидеть может каждый»?

О чем нам говорят эти выражения? В первом случае о том, что женщина-художник не сможет стать достойной женой и матерью. А во втором, что художник – это такая творческая, чувствительная натура, неспособная постоять за себя и свои убеждения. Где поговорки о богатых, успешных, известных и счастливых художниках? Их нет. Зато до сих пор существует много отпугивающих мифов.

Давайте рассмотрим некоторые из них и выясним, насколько эти мифы актуальны в наше время.

– Художник должен страдать, чтобы создавать хорошее искусство.

Вы серьезно? Представьте себе оперного певца, которого мучает боль в правом боку, а ему необходимо исполнять партию Отелло. Насколько хорошо он справится? Или женщину, ежедневно таскающую тяжелые мешки на работе. Вы думаете, у нее останутся силы, а главное желание на то, чтобы вечером нарисовать натюрморт?

Есть мнение, что творец должен испытывать душевные муки: разочарование в любви, одиночество, непонимание окружающих и так далее. Такие художники действительно существуют. Если с ними ничего не происходит, то им нечего сказать миру. Депрессивные творцы – это скорее исключение из правила. Гораздо чаще, чтобы создать что-то стоящее, человеку нужно: хорошо питаться, отдыхать, радоваться мелочам, проводить время с семьей и друзьями, иметь прочную крышу над головой.

Художнику необходимо свободное время для обдумывания своих произведений. Как писателю придумать роман в шестьсот страниц, если все его мысли заняты разработкой плана, где раздобыть еды на ужин?

Художник должен быть хорошо одет, иначе его не будут воспринимать всерьез. Если вы пришли на встречу с потенциальным покупателем вашей работы, будет ли уместно появиться в рваных брюках и поношенной кофте? Покупая произведение, коллекционер хочет убедиться, что вкладывает деньги во что-то стабильное и качественное. Конечно, если ваш имидж не подразумевает другого.

– Художники – замкнутые люди.

Еще один миф, который не актуален уже более ста лет. Вспомните Пикассо. Вокруг него всегда вертелась толпа из женщин, коллекционеров, арт-дилеров, галеристов и просто поклонников. Он собирал вокруг себя общество из писателей, музыкантов и других художников. Он был их центром.

При наличии сегодняшних возможностей оставаться в тени – большая глупость, которую вы не можете себе позволить. Общение и сотрудничество – это хлеб современного художника. Если вас позвали на мероприятие, а вы не пришли, будьте уверены, шансы на то, что вас позовут снова, весьма малы. Арт-сообщество – это очень узкий круг людей, где все друг друга знают. Попасть в него так же легко, как и стать забытым. Не пренебрегайте общением с публикой.

В современной истории искусств нет примеров успешных художников, которые творили, закрывшись у себя в студии, и получавших миллионы за свои работы. Людям важен герой, им нужна история от первого лица. Такую историю сможет рассказать только сам художник.

– Талант всегда найдет себе дорогу.

Этот миф стар, как мир. Давайте разберем его подробнее. Если у художника есть талант, то его ждет успех, что бы он ни делал. Хорошо сказано, да? Но на самом деле эта идея имеет больше разрушительного влияния, чем все предыдущие. Получается, что если у вас что-то хорошо выходит, то стараться больше не нужно. А можно просто сидеть и ждать.

Но если посмотреть на этот миф немного под другим углом, то мы сможем увидеть нечто большее. Если вы талантливый, то вы найдете способ заявить о себе. Или: талантливый человек талантлив во всем. И здесь мы уже видим не ленивого художника, а решительно настроенного мастера своего дела, который добьется результата любой ценой.

Как говорят эксперты, таланта требуется всего 10%. Остальные 90% – это работоспособность, вера в себя, постоянная практика, упорство и маркетинг.

– Художник и бизнес несовместимы.

Популярно заблуждение о том, что художник не способен вести свое дело, не умеет обращаться с деньгами, и вообще, что деньги – это зло.

Самым негативным моментом в этом мифе является то, что такой художник не понимает, что материалы для его работ стоят денег, аренда студии стоит денег, даже перемещения по городу стоят денег. Деньги – это ресурс, передающийся от человека к человеку. Долго ли вы сможете протянуть без воды? Два дня? А без еды? А сколько вы протянете без денег?

Художник, отказывающийся принимать тот факт, что его творческое дело – тоже бизнес, просто избегает ответственности за развитие своей карьеры. Любое маленькое дело начинается с одного человека. И только тогда, когда масштабы производства растут, и одному уже за всем не уследить, в деле появляются ассистенты, бухгалтеры, менеджеры и дилеры.

Мы с вами знаем, что бизнес – это любое профессиональное занятие, или дело. Так неужели вы не хотите сделать из своего творческого занятия успешный, процветающий бизнес?

Бизнес – это не про зону комфорта. Чтобы добиться успеха, нужно выйти за пределы своей скорлупы, вылупиться из нее, подобно цыпленку, и сделать первый шаг.

Бизнес – это больно и страшно. Неудачи и разочарования будут неотъемлемой частью вашего путешествия. Но награда достанется только тем, кто не отступится.

– Художник должен ждать, пока его талант «откроют».

Этот миф также способен погубить немало талантов. Ни один художник не добьется успеха, сидя у себя в студии, рисуя для души и откладывая работы до лучших времен. Каждый талант сам несет ответственность за собственное открытие. Возможно, вы не поверите, но на свете гораздо больше талантливых людей, чем мы привыкли думать. Каждую минуту создается гениальное произведение искусства, которое никогда не увидят люди. Как бы печально это ни звучало, но таланта никогда недостаточно.

Сидеть и ждать – это путь в никуда. Ежегодно художественные школы выпускают тысячи квалифицированных художников по всей стране. Многие из них не имеют ни малейшего поня-

тия, куда двигаться дальше. Но те из них, кто не ждет взмаха волшебной палочки, выйдут на передовую и начнут свой профессиональный рост, ждет гораздо более интересная жизнь.

– *Художник не должен даже пытаться.*

Этот миф берет начало в страхе неудачи. Зачем пытаться что-то сделать, если все равно не получится? Сколько раз вы слышали от своих родственников или друзей фразы о том, что «художников и так много, куда еще тебе?» или «да что ты понимаешь в этом искусстве?»

О блоках, мешающих сделать первые шаги на пути к успеху, мы поговорим позже. Сейчас гораздо важнее просто понять, что все негативные установки, которые мы получаем извне, это исключительно проекции самооценки человека, который нам все это говорит. Если кто-то пытается вас убедить в том, что вы никто, что у вас ничего не выйдет, что вокруг полно гораздо более умных/талантливых людей, подумайте, о ком он это говорит? О вас или о себе? Кого этот человек знает лучше, вас или себя?

Очень часто «добрые советы» – это всего-навсего зависть к будущему успеху. А что, если у него *получится*? Как я буду выглядеть на его фоне?

Я взяла себе за правило слушать только тех, чья жизнь, по моему мнению, сложилась успешно. Спросите себя, хотели бы вы оказаться на месте этого человека? Имеет ли этот человек представление о том, что говорит? Устраивает ли вас его жизнь? Если нет, тогда какие советы можно получить от такого человека?

– *Художник должен жить в большом городе, чтобы пробиться.*

Меня часто спрашивают о том, как сделать выставку в Москве. Я сразу думаю, что либо этот художник живет в столице, либо он уже использовал все возможности своего города. И насколько велико бывает мое удивление, когда выясняется, что это будет первая выставка в карьере молодого творца!

Даже если вы живете в городке с несколькими десятками тысяч жителей, у вас все еще есть уйма возможностей стать местной звездой. Я бы даже сказала, что в небольшой деревушке сделать это гораздо проще. Эффект сарафанного радио еще никто не отменял.

В больших городах больше выставочных площадок, туда стекаются все сливки арт-сообщества, и развивать карьеру там проще. Но только представьте, что в Москву едут все. Конкуренция в Москве больше, хоть больше и возможностей.

Мой совет – начните с областных центров и больших городов рядом с вами. Сделайте себе имя и подкрепите портфолио выставками оттуда. А когда вы приедете в Москву, у вас уже будет, что показать местным кураторам.

Пустое резюме – это не отсутствие таланта, а отсутствие опыта. Потренируйтесь сначала на кошечках!

– *Галерея или арт-дилер решит все проблемы художника.*

Это мой самый любимый миф. Именно поэтому я приберегла его напоследок. Помните песню крокодила Гены: «Прилетит вдруг волшебник в голубом вертолете и бесплатно...»? Когда я слышу от художников, что они хотят попасть в галерею, чтобы та занималась их продвижением, всеми вопросами с покупателями, рекламой, оформлением продаж и юридическими вопросами, у меня в голове сразу всплывает эпизод из еще одного советского мультфильма. Немного напомню вам сюжет. Как-то Вовка попал в Тридевятое царство, и встретились ему на пути три молодца-красавца. Выскочили они, значит, из ларца и спрашивают у Вовки, что тот пожелает. Вовка, почесав затылок, просит пирожков свежих. «Не проблема!» – отвечают красавцы. И правда, смотрит Вовка, появились пирожки, да румяные. И только Вовка открывает рот, чтобы откусить от угощения, пирожок летит прямо в рот к одному из молодцев. В недоумении Вовка спрашивает: «Вы что, и есть за меня будете?!» «Ага!» – отвечают красавцы.

Я немного поясню свою мысль. Когда художник вот так же надеется на помощь каких-то волшебников в мире арт-бизнеса, он должен понимать, что эти волшебники есть тоже будут за него. Ни один арт-менеджер не заинтересован в раскрутке неизвестного художника. Никто не хочет покупать кота в мешке. Художник, который не побеспокоился даже о построении собственной карьеры, не вызывает доверия ни у галеристов, ни у дилеров.

Чтобы попасть в галерею не нужно иметь большой опыт работы с арт-ярмарками и коллекционерами. Но проявить себя, чтобы вас заметили и о вас заговорили, – это обязательное условие перед сотрудничеством с галереей. Это может быть выставка, которая получит большой резонанс или громкий проект, в котором вы подняли острую, волнующую тему.

Большая часть художников, которым все же посчастливилось попасть в пул галереи и начать с ней сотрудничество, постепенно понимают, что это только один из возможных способов продажи собственных работ. Даже для галереи ежемесячные продажи работ одного художника – это редкость.

С чего начать?

Если вы решили стать художником, то я осмелюсь предположить, что у вас уже есть какие-то художественные работы.

Запомните, в искусстве, которое мы с вами зовем современным, больше нет границ и рамок самовыражения. В нем есть свои законы, о которых мы поговорим чуть позже, но границ нет! Теперь не важно, *как* вы что-то делаете, важно *зачем*.

Прежде чем ступить на длинный путь художника, ответьте себе на вопрос: зачем вы это делаете? В чем идея вашего творчества?

Дело в том, что все, что находится за границами осознанности, называется хобби. Когда вы занимаетесь хобби, вам не нужно думать, кому нужно то, что вы делаете, или как это продать. Хобби – это только для вас. Бывают случаи, когда хобби перерастает в осознанное занятие, в бизнес, и приносит его владельцу прибыль. Но вы этого не достигните, просто занимаясь любимым делом.

Давайте немного поговорим о нишах искусства. Все мы слышали о таком огромном и противоречивом направлении, как современное искусство.

Современное искусство отличает наличие *проблемы* и актуальной *темы* в работах. Это может быть проблема экологии, как у Павла Отдельнова, или политический протест Петра Павленского. Первый работает преимущественно в живописной манере, тогда как второй занимается акционизмом.

Интерьерное искусство украшает дома и квартиры. Это не четко выделенная ниша, очень часто работы художников современного искусства покупают как раз для интерьеров. Однако, полистав журналы по дизайну и архитектуре, вы увидите преимущественно абстрактные работы большого размера. Почему абстрактные? Большие цветные пятна проще встроить в любое пространство.

Интерьерное искусство подвержено моде и трендам в дизайне. Художнику, который серьезно решил заняться этим направлением, необходимо посещать узконаправленные выставки и тесно взаимодействовать с дизайнерами помещений. А также следить за трендами в цвете, фактуре и формах, которые сейчас актуальны.

Салонная живопись. Этот термин уходит корнями в Париж девятнадцатого века и изначально относится к искусству, которое пользовалось поддержкой у жюри парижского Салона. Это направление не несет в себе глубокого смысла. Подражания, модные веяния и течения, коммерческая направленность – все это признаки «салона».

Любое копирование ради копирования – это путь в никуда. Эпоха постмодерна постепенно изживает себя, и теперь создавать новое куда выгоднее. Многие художники используют в своих работах образы или даже копии чужих произведений (Джефф Кунс, Филип Колберт), но в их случае это заимствование оправдывается концепцией и идеей проекта.

Художник – это следопыт, ищущий новые способы высказаться. Теперь, когда искусство не ограничено только визуальными формами, у авторов есть возможность задействовать все пять чувств зрителя. Теперь мы можем видеть, слышать и даже чувствовать запах произведений искусства. Ваша задача – найти тот способ самовыражения, который будет уникальным и выразит ваше отношение к теме, над которой вы работаете.

Ничего страшного, если вы предпочитаете работать со старой доброй живописью. Она все еще в ходу и продается лучше других видов искусства. Но будьте бдительны. Живопись – это самая популярная техника, и к ней предъявляют самые высокие требования.

Вы наверняка уже где-то слышали о том, что художнику необходимо найти свой узнаваемый стиль. Так вот, это правда. Но не в самом буквальном понимании этого выражения. Найти свой голос – или свой стиль – совершенно не означает делать из раза в раз одинаковые вещи. На свете нет такой силы, которая заставила бы художника отказаться от собственной фантазии и творить без вдохновения.

Все, что от вас требуется на начальном этапе – это выбрать тему, с которой вы будете работать. Это может быть тема извне, когда вы берете вдохновение в окружающем мире. Это также может быть какая-то внутренняя тема из вашей жизни или из вашего прошлого. Найдите то, что вас по-настоящему волнует. Вы не можете спокойно смотреть на горы мусора во дворах? Может быть, у вас было непростое детство? О чем вы бы хотели поговорить? Писать картины, снимать кино и даже писать книги – это про истории. Какую историю хотели бы рассказать именно вы?

Следующим шагом будет выбор инструмента для рассказа вашей истории. Как я уже сказала, сейчас в современном искусстве нет абсолютно никаких границ для самовыражения. Живопись, графика, фотография, видео и даже бытовые отходы – все это может стать вашим инструментом для высказывания. Очень важно помнить, что все эти медиа – только инструмент, и сами по себе они ничего не выражают.

Для таких медиа, как живопись, фотография и видео, мало одного желания ими заниматься. Вам потребуются технические навыки и знания. С приходом онлайн-образования, которым пользуюсь я сама, для изучения всех этих дисциплин не обязательно выходить из дома. Достаточно оплатить курс, который обучит вас тем или иным основам техники, и вот вы уже готовы к бою. К сожалению, дистанционное образование не сможет дать вам всей прелести общения с наставником и помощи в первых шагах. Чтобы получить профессиональные знания, вам, так или иначе, потребуются люди вокруг вас. Это такие же студенты, как и вы, и разнообразный педагогический состав. Здесь, безусловно, встает выбор между академическим направлением и краткосрочными программами. Я советую не пренебрегать ни тем, ни другим. Опирайтесь на свои возможности и опыт. Если для вас абсолютно неприемлемо сесть за парту на несколько лет, то выбирайте второй вариант. Зарубежные ВУЗы могут вам предложить магистерские программы по основным направлениям в искусстве, и я очень советую рассмотреть этот вариант, если у вас есть для этого материальные возможности.

Когда студенты меня спрашивают, стоит ли останавливаться на чем-то одном, будь то определенная техника или стиль, я отвечаю, что это существенно облегчит вам жизнь. Вы можете по вторникам писать пейзажи, а по четвергам заниматься керамикой. Или утром писать портреты, а вечером – абстрактные картины. Все это возможно, но добиться профессионализма будет очень сложно. Я не спорю с теми, кто говорит мне, что Пикассо и Уорхол с блеском совмещали различные техники и успешно продавали свои работы. Это правда, и такое бывает. Но случится ли это с вами? Мой совет всем начинающим художникам: не распыляйтесь, по крайней мере, на ранних этапах вашей карьеры.

Современный зритель – это человек гаджетов. Он ежедневно поглощает тысячи изображений, звуков и видео-контента. Удержать внимание такого искушенного человека – не просто сложная задача, она постепенно превращается в квест «миссия невыполнима». Мы с вами тоже

часть этого поколения, поэтому задумайтесь на минутку, что сегодня привлекло ваше внимание больше всего? Что-то новое? Яркое? То, что вы уже где-то видели?

В этом как раз и заключается уловка «уникального стиля» художника. Чем более похожими друг на друга будут ваши произведения, тем большей узнаваемости вы добьетесь у зрителя.



А давайте немного отвлечемся и вспомним, как работает наш мозг. Зрение отвечает за 90% информации, которую он получает. Но это не совершенный инструмент. Мы воспринимаем информацию не полностью, как нам кажется, а только частично, образами. Нам достаточно увидеть объект размытым или просто заметить его периферийным зрением, чтобы понять, что это такое. Для нашего мозга любой предмет является набором цветов, форм, углов и линий. Наш мозг так быстро работает, что мы не замечаем, как любой черный квадрат на белом фоне превращается для нас в «Квадрат» Малевича.

Более того, мы запоминаем не только образы, но и эмоции, которые связаны с пережитым опытом. Вспомните, были ли у вас случаи, когда, услышав песню из прошлогоднего хит-листа, вы вспоминали не только ситуацию, при которой слушали эту песню раньше, но даже запахи, окружавшие вас в тот момент?

Когда мозг получает новую информацию, он сравнивает ее с уже имеющимся набором ассоциаций и символов. Когда происходит совпадение, мы узнаем тот или иной объект. Если необходимые для распознавания характеристики исчезают, мы перестаем узнавать предмет.

Создавая какие-либо художественные произведения и показывая их публике, вы приучаете ее к тому, что именно эти формы, этот стиль ассоциируются с вашим именем. Нет ничего плохого в том, что ваш стиль когда-нибудь изменится, а формы перейдут из академических в абстрактные. Но будьте готовы к тому, что вам придется приучать к этому свою публику. От вас все так же будут ждать той узнаваемости, которую вы когда-то подарили, и тогда вы встанете перед непростым выбором: делать то, что нравится людям, или открывать новые горизонты творчества, пожертвовав популярностью узнаваемого автора.

В начале творческого пути эксперименты неминуемы. Вы пробуете себя в разных жанрах, ищете то, что наилучшим образом позволит вам выразить себя. Нет художников, которые были бы знамениты за то, что они испробовали все. Также никто не гарантирует вам, что иное направление неминуемо принесет славу и богатство. Но есть больше шансов получить признание, если максимально сузить круг своих интересов и выработать высокий профессионализм именно в этих узких направлениях.

Когда вы создаете произведения, вы, чаще всего, не думаете о том, как их презентовать или что о них написать. Вы берете материал и работаете с ним. Однако неминуем тот миг, когда вам срочно нужно будет показать кому-то свои работы или отправить портфолио на почту куратора. К этому моменту я призываю вас подготовиться заранее. Не стоит ждать той минуты, когда будет поздно: вы пропустите дедлайн просто потому, что не готовы.

Создание портфолио – это бесконечный процесс. Сколько вы будете заниматься творчеством, столько будете дорабатывать портфолио.

Портфолио включает в себя:

– **Сопроводительное письмо.** Вы же не отправите прикрепленный файл без какого-либо приветствия и представления себя? Каждый случай требует особого подхода. Если вы знаете имя человека, который получит ваше письмо, назовите его по имени. Объясните причину, по которой он получил это письмо, вежливо попросите рассмотреть ваши документы. Письма читают люди, и от того, понравится вы человеку или нет, может зависеть судьба ваших отношений.

– **Биография или Био.** Это краткая история вашего творческого пути. Био может включать в себя место, где вы родились, название учебного заведения, знаковые события, связанные с вашей карьерой. Здесь же можно рассказать, как именно вы пришли к тому, чем занимаетесь, что вас вдохновляет, какие художники на вас повлияли.

– **Artist Statement.** На русском это звучит как «кредо художника» (не самое звучное название, но что имеем...) Artist Statement – это короткое (или не очень) описание вашей творческой деятельности. Оно включает в себя разъяснения о деятельности художника, его методах, идеях, намерениях и материалах, с которыми он работает.

– **Резюме/CV.** По американской традиции эти два документа отличаются тем, что в резюме вы указываете только полученное образование в сфере искусства, если такое имеется, и выставочную деятельность. Начать лучше всего с самой недавней и продвигаться вглубь, к самым давним выставкам. CV – это резюме для работодателя. Если вы захотите устроиться на работу в зарубежный музей, вам потребуется именно CV.

– **Фотографии работ.** Самое главное в вашем портфолио. Надеюсь, не нужно объяснять, что качество изображений должно быть очень хорошим, никто не станет всматриваться в расплывчатое, нерезкое изображение или утруждать себя звонком художнику с просьбой прислать более четкие снимки. Каждое произведение должно быть подписано: название (если есть), материалы, размер, год создания.

– **Описание серии/проекта.** Если бы мы говорили о выставочном проекте, здесь был бы пункт «Экспликация», в портфолио же будет достаточно описания, написанного самим художником. Расскажите о том, как вам пришла в голову мысль создать эту серию, чем вы руководствовались при выборе метода и материалов. Ответьте на вопрос: «Что же хотел сказать художник»!

– **Статьи и ссылки.** Если о вас когда-либо писали в прессе, вы также можете включить эту информацию в портфолио. Сделайте скриншот статьи или вставьте активную ссылку, этого будет достаточно.

– **Контактные данные.** Этот пункт самый важный, но стоит он на последнем месте потому, что я уверена, вы все о нем помните. Если нет, то укажите свой номер телефона и адрес электронной почты не только в конце портфолио, но и на титульной странице.

Позиционирование – это процесс, который поможет вам не только успешно продавать свои произведения, но и найти представителя для себя в лице галереи. В позиционирование художника входят следующие понятия: собственный стиль, ниша, материалы, которые вы используете, и самое главное – ценовая категория, в который вы хотели бы работать. Давайте разберемся на примере. Если ваша цель – создание дорогих произведений стоимостью от 300 000 рублей, то нужно понимать, во-первых, где найти аудиторию, которая сможет себе позволить приобрести вашу работу, во-вторых, выяснить вкусы этих людей, в-третьих, выстроить такой сервис, который будет приемлемым при общении с подобными покупателями. Под сервисом я подразумеваю: сайт, доставку, примерку работы на дому, возврат и общение. Если у вас неудобный сайт, который подолгу не обновляется, а на сообщения вы отвечаете только

раз в неделю, то не стоит ожидать больших продаж с такой отдачей. Люди переплачивают за место в бизнес-классе самолета не потому, что они так быстрее долетят до места назначения, а потому, что в бизнес-классе больше места для ног, стеклянные бокалы вместо пластика и отдельный туалет.

Помните такие выражения: «Они позиционируют себя как люксовый бренд» или «Это первоклассная компания, им можно доверять»? Все это вы можете сделать и для себя. Адекватно оценивайте ваше предложение и ценность вашей работы и ищите баланс, который примут ваши клиенты, и который будет устраивать вас.

Клиенты захотят работать с вами, потому что:

– *Они вас знают.* То есть покупатель должен знать, кто вы и как выглядят ваши работы. *Показывайте свои работы столько раз, сколько будет необходимо.* Не пренебрегайте выставками и онлайн-ресурсами, задействуйте все сферы, где ваш покупатель мог бы познакомиться с вами и вашим творчеством.

– *Вы им нравитесь.* Сейчас я скажу очень банальную и простую вещь: люди не покупают ничего у тех, кто им неприятен. Этого не видно, если вы общаетесь только через посредника, например, через онлайн-галерею, но как только дело доходит до личной встречи или переписки, включается личное отношение. Очень важно быть, как говорят американцы «nice guy» (классным парнем). Улыбайтесь, если встречаетесь с клиентами лично, пишите теплые и добрые письма. Полюбите своих клиентов, и они полюбят вас и вашу работу.

– *Они вам доверяют.* Встаньте на место покупателя: вы увидели рекламу классной картины в Instagram, решили, что она будет неплохо смотреться у вас в гостиной. Вы щелкаете на рекламу, но оказывается, у рекламодателя нет аккаунта в Instagram, или есть, но там только две-три фотографии, выложенные несколько месяцев назад. Это ничего, ведь картина вам действительно понравилась, вы снова возвращаетесь на рекламное объявление и ищите имя художника. Вам интересно, сколько же стоит эта картина, и, не найдя никакой информации в аккаунте соцсети, вы идете в Гугл и пишете в поисковой строке имя автора. И тут происходит нечто странное. По данному запросу нашлось несколько блогов, но нет никакой ссылки на сайт или онлайн-галерею художника, где можно посмотреть на все его работы и узнать, наконец, цену. Вы снова возвращаетесь в Instagram и пишете таинственному художнику в директ с просьбой озвучить цену. В ответ на ваше сообщение вам приходит: «30 000 рублей, доставка оплачивается отдельно». А теперь вопрос: вы бы купили что-нибудь у такого художника, о котором ничего не известно? Доверие – это основной инструмент любой торговли. Чем больше информации о вас (соцсети, сайт, выставки, награды, и тд), тем больше вам доверяют покупатели и институциональные игроки рынка.

Кто есть кто в арт-бизнесе?

Художник

Это творец, законодатель мод и трендов. Именно с него все началось тысячи лет назад. Без художников не будет и всех остальных представителей индустрии. Вы – это основа.

Художник создает, производит, придумывает художественные жесты, произведения, новые формы. Он, как губка, впитывает в себя окружающий мир и превращает его в осязаемую поверхность. Мы все – художники, в том или ином смысле. Инженер, изобретающий новую модель самолета, или программист, пишущий код новому приложению. Творцами визуального искусства являются дизайнеры, иллюстраторы, живописцы, скульпторы, режиссеры и фотографы. Эти люди работают с красотой, концепцией, иногда маркетингом (дизайнеры) и часто – с идеями. Любая работа художника начинается с идеи, задумки. Поначалу она может выражаться в нескольких предложениях, а позже – реализоваться в масштабный проект с привлечением больших инвестиций и сотни помощников.

Более узкое понимание художника как человека, который занимается изящными искусствами или *fine art*, заставляет нас вспомнить таких авторов, как Роден, Ван Гог и Моне. Эти люди являются воплощением тонкой душевной организации, острого чутья и особого видения. Мы изучаем их биографии, раскладываем по полочкам личную жизнь, чтобы выяснить, как роман с дамой N отразился на их карьере.

Художник – это волшебник, который берет что-то совершенно обычное и превращает это в произведение искусства. Это происходит не сразу: чтобы работа стала искусством, должен пройти не один десяток лет. Более того, не само произведение делает себя чем-то большим, чем простой акт творчества. Этим занимаются люди. Такие же люди, как и сам художник, но наделенные определенной властью и профессиональным чутьем.

Куратор

Куратор (от лат. «curare» – заботиться) – это один из таких профессионалов в индустрии искусства. Слово «куратор» впервые вошло в обиход в XIV веке и означало «смотритель» или «хранитель». В значении, которое используем мы, слово «куратор» появилось, когда начался расцвет коллекционирования, преимущественно в богатых семьях. Этим коллекциям был необходим тот, кто присмотрит за сохранностью произведений. Так и появились *хранители*. Кстати, эта профессия до сих пор существует. В музеях и галереях искусства хранителями зовут специалистов, знакомых с коллекцией предметов искусства и полностью отвечающих за экспертизу и научные исследования.

Куратор – это в первую очередь эксперт в области искусства. Не случайно и то, что большинство кураторов имеют несколько образований, в том числе и в области истории искусства. Так как именно куратор чаще всего отвечает за экспертизу, за подлинность работы, то его знания не ограничиваются только теорией.

С середины XX века представление о кураторе и его профессиональных обязанностях изменилось вместе с тем, как поменялось отношение к искусству. Если мы вспомним историю искусства этого времени, то среди наиболее ярких его представителей можно назвать таких новаторов, как Пабло Пикассо, Джексон Поллок и даже Энди Уорхол. К этому времени изменилась и роль самих музея и галереи. Теперь это были не просто места для хранения и демонстрации работ. Художники все чаще объединялись с кураторами для создания совместных экспериментов в области новых форм и их презентации.

С этого момента работа куратора заключалась не просто в демонстрации схожих произведений, но и в создании отдельного проекта, который бы объединил художественные высказывания разных художников.

Куратор работает с концепциями и проектами. Это первая институциональная ступенька на карьерной лестнице художника. Именно куратор решает, кого взять на выставку, а кого оставить за бортом.

Кураторы тоже ошибаются, и все их суждения основаны на субъективных мнениях и вкусе. Ни один куратор не возьмется утверждать, что этот художник прославится, а тот – нет, исключительно просматривая портфолио. Для успеха важны не только работы, но и история, опыт, а зачастую и знакомства художника.

Если говорить самыми простыми словами, то куратор – это тот, кто делает выставки. Этот человек собирает художников или отбирает работы для соло-выставки одного художника. Сегодня на плечи куратора ложатся еще и административные обязанности: подбор помещения, организация монтажа работ, создание концепции и изложение ее в экспликации.

Экспликация – это тот самый текст на стене, который вы читаете перед входом на выставку. Пишет его куратор. Иногда в соавторстве с художником.

Только крупные национальные музеи и галереи могут позволить себе иметь штатного куратора. В остальных случаях выставочные пространства пользуются услугами независимых кураторов, которые работают над проектами на разных площадках.

В России профессия куратора до сих пор считается новой. И полноценного образования, после которого специалист вышел бы с дипломом куратора, у нас нет. Есть программы переподготовки, но все они рассчитаны на человека с минимальным кураторским опытом.

С изменением роли куратора в искусстве пришло понимание, что куратором могут быть не только люди, которые не работают над созданием своих произведений, но и сами художники. Понятие художник-куратор достаточно ново, но рождение этого звена было неизбежно из-за роста значения коммерческих галерей в карьере художника. Теперь не нужно ждать, пока вас «откроет» куратор. Вы сами можете им стать.

Один из моих образовательных проектов называется «Сам себе куратор». На этом курсе я рассказываю ученикам о профессии и о возможности себя в ней проявить. Название говорит само за себя. Художнику дана уникальная возможность показать свои работы широкой публике, не привлекая дополнительных людей.

Это не значит, что теперь вам нужно положить все силы на организацию выставок себе и своим друзьям (а поверьте, когда станет известно, что вы готовите выставку, желающих в ней поучаствовать окажется много). Но и ждать счастливого случая долгие годы тоже не стоит, он может никогда не произойти.

Арт-дилер

По-русски эта профессия будет звучать как «продавец искусства» или «посредник между художником и покупателем работы». В любом арт-дилере живет любовь к настоящему искусству и умение его продать.

Самым знаменитым арт-дилером на сегодняшний день является Ларри Гагосян. Когда-то у него не было своей галереи, а именно этим арт-дилеры отличаются от галеристов. Когда у Гагосяна спросили, что сделало его успешным арт-дилером, он ответил, что главные критерии профессии – страсть, тяжелая работа и наличие зоркого глаза. Но более важным является умение постоянно находиться в конкурентной среде. Вам должен нравиться этот соревновательный фактор²⁶.

Арт-дилер – это практически мифическая профессия на российском арт-рынке. Профессионалов очень мало, а желающих стать профессионалом еще меньше.

Вы можете столкнуться с теми, кто будет готов работать с вами за определенную плату. Точнее предоплату. Никогда на такое не соглашайтесь. Настоящий арт-дилер не возьмет с клиента деньги до того, как продаст его работу.

В зависимости от профессиональности дилера, условия сотрудничества могут начинаться с 30% от проданной единицы. В редких случаях процент превышает 50%.

Арт-дилеры следят за новыми именами и постоянно ходят на выставки. Именно поэтому художнику жизненно необходимо показывать свои работы. И не только в онлайн-пространствах.



47% арт-дилеров полностью рассчитываются с художником после продажи его работы в течение 60 дней²⁷.

Самые влиятельные арт-дилеры США и Европы:

- Ларри Гагосян
- Камиль Меннур
- Тадеуш Ропак
- Дэвид Цвирнер
- Сэди Коулз
- Арне Глимчер
- Массимо де Карло
- Урсула Хаузер и Иван Вирт
- Мэриан Гудман
- Мэтью Маркс

²⁶ [Электронный ресурс] «The man who makes the art world go-go» by Bill Powers для GQ. 2019

²⁷ [Электронный ресурс] “The art market 2018” An Art Basel and UDS Report, Dr Clare McAndrew

Коммерческая галерея

Галерист – это тот же арт-дилер, но со своей выставочной площадкой – галереей. Галерейный бизнес (а это именно бизнес, как бы ни была сильна любовь к искусству) – один из самых жестких, несмотря на небольшую конкуренцию. По всему миру, а не только у нас в России, сокращается количество оффлайн-галерей. 9 из 10, открывшихся галерей, закрываются через год-два.

Большинство галерей фокусируются на продаже современного искусства. Это искусство, созданное с конца 1960 годов.

Галереи постоянно находятся в конкуренции с художниками, которые продают свои работы напрямую, без посредников, с арт-дилерами, с другими галереями²⁸, а также с аукционными домами и онлайн-галереями.

Галерейный бизнес во всем мире достаточно молод. Только 7% от всех мировых галерей – те, чья история насчитывает более 45 лет. Остальные же были открыты в 2000-х годах.

Кто покупает искусство в галереях? Покупателей можно разделить на пять категорий, в зависимости от мотивации:

- **Любители искусства.** Покупают предметы искусства из любви к нему, расширяют свою коллекцию. Искусство также служит для них вдохновением.

- **Едино разовые покупатели.** Покупают искусство ради поддержания или приобретения статуса коллекционера. Или же для украшения интерьера.

- **Дилеры. Профессионалы.** Покупают с целью перепродажи или от имени коллекционера.

- **Инвесторы, спекулянты.** Воспринимают искусство как альтернативный источник инвестиций.

- **Корпоративные клиенты.** Такие компании, как РЖД, Deutsche Bank и т.д.²⁹



Основными покупателями произведений искусства являются как раз «любители искусства». Преимущественно это люди из Великобритании, США и Германии³⁰.

63% прибыли галереи дают продажи трех топовых художников этой галерее³¹.

Художник для галереи – это коммерческий проект. И, чтобы успешно продавать произведения художника, нужно целенаправленно вкладывать средства и время в его продвижение. Проведение одной выставки в коммерческой галерее будет стоить 45 000 – 60 000 долларов (сюда входят расходы на аренду, монтаж, оплата персонала и т.д.). Самыми популярными и дорогими являются картины, выполненные маслом, на холсте, размером от одного метра.

²⁸ Особенно это касается не эксклюзивных договорных отношений между галереей и художником, когда его может представлять несколько галерей и, следовательно, они будут соревноваться между собой за покупателя.

²⁹ The International Art Gallery Industry: A Structural Analysis by Magnus Resch

³⁰ [Электронный ресурс] “Larry’s List Art Collector Report” 2014 Ricardo Martinez, 2015 г.

³¹ [Электронный ресурс] “The art market 2019” An Art Basel and UDS Report, Dr Clare McAndrew

Выгодно ли открывать свою галерею?

Нет смысла открывать галерею современного искусства где-нибудь на задворках города. В каждом крупном городе есть свои арт-кластеры, которые уже имеют репутацию и постоянных посетителей. В Москве это Винзавод, Арплей, Флакон и, с недавнего времени, Трехгорная мануфактура.

Стоимость аренды просторного помещения под галерею обойдется примерно в 4000 \$ в месяц. Вторая крупная статья расходов – это персонал. Зарплата нескольких сотрудников обходится галеристу где-то в 3000 – 4000 \$. Дальше идут накладные расходы на бухгалтера, уборщика, бригаду монтажников (экспозиция длится примерно месяц, поэтому их услуги будут нужны регулярно). Доставку произведений покупателю галерея тоже берет на себя. И это только базовые расходы галериста.



Количество коммерческих галерей, открывшихся в 2017 году, было на 87% меньше, чем в 2007³².

Взаимодействие галереи с художником строится на взаимовыгодных условиях. Чем менее известен автор, тем более жесткие условия сотрудничества предоставит ему галерея. Так, для первого контракта допустимо предоставление эксклюзивных прав на продажу работ художника по всему миру. Это значит, что художник не имеет права продавать свои работы где-то еще, за пределами галереи или без ее участия. Галерея берет половину стоимости от проданной работы, а другую половину получает художник.

В данном тандеме невозможно назвать сторону галериста более выгодной. Представим, например, такую ситуацию: работу художника покупает коллекционер из Германии на арт-ярмарке в Майами. Неопытному художнику может показаться, что все остались в выигрыше, но так ли это на самом деле?

Посещение арт-ярмарок – это обязательное условие успешной деятельности галереи. Ярмарки помогают расширять круг коллекционеров и знакомить иностранного зрителя с новыми художниками. Участие в любой ярмарке платное. В стоимость входит аренда стенда и маркетинговые услуги. Это где-то 25 000 долларов за участие, может быть, и дороже, если ярмарка удаленная и очень престижная. Также галереей оплачивается доставка работ до места проведения ярмарки, их монтаж на месте, а в случае продажи произведений, галерее нужно будет заплатить организаторам установленный процент от продажи (не всегда, но и такое бывает).

Вернемся к ярмарке в Майами. Мы знаем, что галерея уже понесла немалые расходы на доставку работ через океан и на аренду стенда. Теперь, после продажи произведения, галерея будет обязана в установленный срок доставить проданную работу покупателю, а мы помним, что покупатель из Германии.

Художник же получает свои 50% после продажи его работы. Никакие другие суммы из его гонорара не вычитаются. Таким образом, чтобы только покрыть расходы на участие в ярмарке, галерее нужно продать несколько работ, а иногда – десятков работ. Новой галерее, без истории и без наличия постоянных покупателей, сделать это крайне трудно.

³² [Электронный ресурс] “The art market 2018” An Art Basel and UDS Report, Dr Clare McAndrew

Часто встречается мнение, что галереи выживают только за счет дотаций и государственной поддержки. Это не совсем так. Действительно, есть галереи, открытые на деньги инвесторов, часто это очень обеспеченные люди, любящие искусство и желающие иметь еще один «красивый» бизнес. В этом случае галеристу приходится предоставлять ежемесячный или ежеквартальный отчет о состоянии дел. Государство же не поддерживает коммерческие галереи по той простой причине, что они коммерческие. Существует ряд государственных грантов на некоммерческую выставочную деятельность, которая будет служить развитию культурного уровня населения.

Главной задачей галереи является продажа работ художников. На втором месте – образовательная функция. Галерея искусства – это не просто магазин. Это культурный компас, который указывает направления течения современного искусства. Простое посещение галереи даст вам представление о том, на каком этапе развития находится искусство этого города и страны.

Как галереи находят художников?

Галеристы всего мира действуют примерно одним и тем же образом. Они смотрят. Посещение групповых и выпускных выставок, персональных выставок художников, которые уже чего-то добились – именно такие планы на неделю вы увидите в ежедневнике каждого галериста. Да, они ходят и смотрят.

Галерист никогда не просматривает почту с предложениями о сотрудничестве от художников самостоятельно. Этим занимается менеджер, а в лучшем случае – арт-директор. Если кто-то из работников галереи увидит интересное портфолио художника, то покажет его владельцу галереи. Наоборот не бывает.

Не каждая галерея проводит open call и собирает портфолио от художников. Чем старше галерея, чем больше времени она представлена на рынке, тем меньше вероятность того, что на ваше письмо ответят. Почему? Пул художников набран, им нет смысла тратить огромные ресурсы персонала галереи на то, чтобы найти самородка. Они его и так найдут, когда придет время.

Запомните, галереи ждут от художников не меньшей отдачи, чем предлагают взамен. Для успешной галереи мало увидеть портфолио, пусть даже качественно сверстанное. Они хотят увидеть перспективу! Художник должен создавать, показывать и продвигать собственные работы.

Для некоторых галерей преимуществом художника является наличие «портфолио продаж». Это не документ в прямом смысле этого слова, а доказательства того, что продажи были (договоры купли-продажи, чеки).

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.