
Как стать успешным художником

**Хизер Дарси Бхандари
Джонатан Мельбер**

ART/ WORK

**Хизер Дарси Бхандари
Джонатан Мельбер**

ART/WORK: Как стать успешным художником

ART/WORK: Как стать успешным художником / Хизер Дарси Бхандари, Джонатан Мельбер.

Аннотация

Художникам приходится делать множество вещей, с творчеством никак не связанных. Да-да, чтобы найти свое место в мире искусства, только лишь таланта и усердия недостаточно. Созданные работы нужно где-то выставлять, покупателей на них – искать, и все это порой сопровождается немалым количеством бумажной работы. Авторы этой книги побеседовали с десятками людей: художниками и галеристами, кураторами и юристами, организаторами художественных ярмарок и даже сотрудниками транспортных компаний. Составленное ими руководство – незаменимая книга для любого художника. Вы найдете в ней множество полезных советов буквально обо всем, что вам следует знать: поиски галереи и подача заявки на грант, выбор резидентской программы и оформление документов, упаковка работ и расположение их в пространстве. Упорядочив свою профессиональную жизнь во всех этих аспектах, вы будете больше времени уделять тому, чем и должны заниматься: искусству.

Содержание

Глава 1	8
Обзорный тур по миру искусства	10
Вы уже на пороге	14
Глава 2	15
Управление временем	16
Домашняя мастерская: вы всегда на работе	18
Отдельная мастерская: дополнительное пространство	19
Постоянная работа	20
А кто не любит повозиться с бумажками?	28
Учет	28
Снимки и изображения	34
Регистрация авторских прав	35
Пресса	36
Контакты	36
Приходы и расходы	37
Инвойсы	39
На помощь!	48
Оставаясь на связи	49
Основы: о чем нужно помнить	50
Глава 3	51
Портфолио	53
Изображения двухмерных и трехмерных произведений	53
Видеоматериалы	54
Распечатанные изображения	56
Резюме	57
Творческое кредо	70
Сопроводительное письмо	74
Прилагаемые конверты	75
Рука на пульсе	77
Заявка: о чем нужно помнить	79
Глава 4	80
Сайт	80
Что должно быть на сайте	81
Блог	89
Визитные карточки	90
Глава 5	91
Группы художников	93
Открытые мастерские	94
С чего начать	94
Подготовка работ	95
Правила гостеприимства	100
Контакты	101
Беседы о творчестве	103
Выводы	103
Назначение цен и самостоятельная продажа	104
Скидки при прямой продаже	106

Не забудьте про документы	106
Частные визиты	108
Подготовка к визиту	108
Правила гостеприимства	109
Беседы о творчестве	109
Это не критический разбор	110
Выводы	110
После визита	111
Мастерская в кармане	115
Просмотры портфолио	117
Глава 6	118
Парочка важных вещей, о которых надо вспомнить перед тем, как подавать заявку	121
Важная вещь № 1: вы	121
Важная вещь № 2: они	122
Как правильно подавать заявку	125
Поэтапный план	126
Заявочные материалы	128
Сопроводительное письмо	128
Сведения о проекте	129
Бюджет проекта	132
Расходы	134
Доходы	135
Фискальные спонсоры	140
И что теперь?	141
Отзывы и благодарность	142
Глава 7	143
Поиски	144
Реестры и картотеки изображений	146
Виртуальные галереи и художественные сообщества	148
Коллективные мероприятия	150
Некоммерческие организации	152
Музеи	154
Ярмарки для художников	155
Кафе, рестораны и торговые залы	157
Коммерческие галереи	163
Кого и как искать?	163
Не спешите	164
Правило одного года	164
Изучайте чужие резюме	165
Общайтесь с другими художниками	165
Ходите на открытия выставок	165
Посещайте ярмарки (если хотите, конечно)	167
А стоит ли ехать?	173
И что потом?	174
Чего не нужно делать	175
Глава 8	177
Когда «нет» означает «нет»?	183
Каждому найдется место	186

Глава 9	188
Упаковка	188
Двухмерные произведения в рамках	191
Двухмерные произведения без рам	192
Небольшие просохшие работы	196
Небольшие непросохшие работы	198
Картины больших размеров	199
Трехмерные произведения	201
Видео	202
Транспортировка	203
Размещение произведений	206
Глава 10	208
Что значит «отдать работу на комиссию»?	210
Как составить договор	213
Предмет договора	214
Сроки	215
Размер комиссии	216
Скидки	217
Порядок выплаты авторских отчислений	217
Транспортировка	218
Условия хранения и страховка	219
А вот еще несколько пунктов	220
Размещение произведений	220
Перемещение произведений с выставочных мест	220
Изображения произведений	220
Доработка произведений	221
Информация о покупателях	221
Юридические условия	223
Посредничество	223
Гарантии	224
Права собственности	224
Отказ галереи от гарантий	224
Автоматическое прекращение действия договора	224
Исчерпывающий характер договора	224
Изменение условий	225
Перераспределение прав и обязанностей	225
Соответствие нормам права	225
Отказ от предъявления претензий	225
Расходы на юридическое сопровождение	226
А сейчас – самое важное	227
Образцы договоров	228
Глава 11	236
Передача во временное пользование	237
Заказы от частных лиц	240
Заказы от общественных организаций	248
Глава 12	250
Чуть больше, чем просто друзья: задняя комната	252
Свидание на людях: групповая выставка	254
Случайные связи	254

Романтический уик-энд: ярмарка	256
Помолвка: персональная выставка	258
Глава 13	260
Чего галерея ждет от вас	263
Чего вы вправе ждать от галереи	266
Пятьдесят на пятьдесят	267
Скидки	267
Авторские отчисления	268
Персональные выставки	269
Расходы на выставку	273
Открытие выставки и афтепати	274
Изображения	275
Документы	275
Ярмарки	276
Сотрудничество с другими галереями	276
Выставки в музеях	277
Чего не стоит ждать от галереи (ну разве если только очень повезет)	278
Преимущественное право на приобретение	278
Хорошее порой заканчивается	278
Глава 14	281
Образец договора о постоянном сотрудничестве	287
Защита прав	292
Вот и все	295
Благодарности	296
Об авторах	297

Хизер Бхандари, Джонатан Мельбер

ART/WORK: Как стать успешным художником

Переводчик *Д. Глебов*

Научный редактор *К. Ятковская*

Редактор *А. Черникова*

Руководитель проекта *А. Василенко*

Корректор *Е. Аксёнова*

Компьютерная верстка *К. Свищёв*

© 2009 by Heather Darcy Bhandari and Jonathan Melber

Впервые опубликовано Free Press A Division of Simon & Schuster, Inc.

© Издание на русском языке, перевод, оформление. ООО «Альпина Паблишер», 2016

Все права защищены. Произведение предназначено исключительно для частного использования. Никакая часть электронного экземпляра данной книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме и какими бы то ни было средствами, включая размещение в сети Интернет и в корпоративных сетях, для публичного или коллективного использования без письменного разрешения владельца авторских прав. За нарушение авторских прав законодательством предусмотрена выплата компенсации правообладателя в размере до 5 млн. рублей (ст. 49 ЗОАП), а также уголовная ответственность в виде лишения свободы на срок до 6 лет (ст. 146 УК РФ).

* * *

Посвящается Линде и Кевину, Барбаре и Дэну, Мариссе, Эрин, Эри и Риши.

А также Джорджу Буруджи – хорошему другу, великому художнику, который вдохновил нас на создание этой книги.

Глава 1

Общая картина

В художественной среде полным-полно людей, которые любят повторять: «В мире искусства не существует правил». Но это лишь часть правды. Нет, конечно, отчасти они рассуждают верно: здесь нет ни каменных скрижалей с заповедями, ни писаного устава. И работа в мастерской зависит исключительно от вас, а не от неких правил, диктующих, что и как следует делать. Но мир искусства подчинен другим законам: традициям, ожиданиям профессионалов – всему тому, что вам необходимо знать перед тем, как покинуть мастерскую и впервые выйти в свет.

Традиции, впрочем, меняются. Еще совсем недавно, например, считалось, что художник должен проводить в мастерской год за годом в ожидании того момента, когда галереи обратят на него внимание. Сегодня же галереи соревнуются друг с другом за право завладеть самым свежим, самым оригинальным дарованием. Они методично прочесывают университеты и факультеты изящных искусств в поисках талантов и предлагают студентам контракты еще до получения дипломов. И не сказать, чтобы все, кому эти контракты предлагаются, были к этому готовы. Подобное, исключительно прагматической природы, давление может задушить на корню любой талант, и в особенности – начинающий. Но именно потому, что у вас, подающего надежды художника, вдруг появляется реальная, казавшаяся до сих пор невероятной возможность продать свои работы, вам просто необходимо знать о тех проблемах, с которыми предстоит столкнуться, и о тех правилах, по которым играет мир искусства.

Следовать им необязательно. Традиции – это лишь традиции. Чужие ожидания – это лишь чужие ожидания. Наша книга не о них. Хотите ломать систему – ломайте. Плывайте *против* течения. Но делайте это осознанно, четко отдавая себе отчет, почему вы так поступаете.

И еще. То, что подходит кому-то, не обязательно подойдет и вам. Примеряйте на себя все, что узнаете из этой книги: насколько наши советы соответствуют вашей индивидуальности, вашим устремлениям, вашему искусству. Потому что мечта о крупной нью-йоркской галерее – это одно, а карьера в провинции – совсем другое. Что уж говорить о продаже своих работ прямо из мастерской в попытке заработать на кусок хлеба! И речь здесь не о том, что лучше, а что хуже, – важно лишь ваше (и только ваше!) понимание успеха. И от этого понимания будет зависеть ваш путь.

Кто мы такие, чтобы учить вас? Одна из нас – директор художественной галереи, другой – юрист, практикующий в области искусства. Мы дружим уже много лет, с тех самых пор, когда поступили в колледж. И, как и многие из тех, кто профессионально занимается искусством, мы делаем свое дело во имя любви к искусству и к тем, кто его создает. За те десять лет, что мы прожили в Нью-Йорке, нам не раз приходилось отвечать на одни и те же вопросы: как построить карьеру в мире искусства, как продавать свои работы, как это все регулируется законами.

«Посмотрите на историю искусства, и вы увидите историю личностей эксцентричных, нарушающих правила. Мне бы хотелось, чтобы творческих людей подобного толка было как можно больше. Это и есть то настоящее искусство, которое мне так по нраву».

Фред Томаселли, художник (Нью-Йорк)

Я очень хорошо понимаю разницу между мнимой и реальной расстановкой сил в мире искусства, но считаю, что в центре всегда находится личность художника. В широком смысле он и есть та самая сила, что определяет ход истории. Не знаю, что бы я делала без художников. При этом я пока не ощущаю ничего, что позволило бы нашей среде так или иначе почувствовать себя единым целым, все ресурсы которого направлены на достижение одной-единственной цели. А ведь именно в этом заключается наша задача. Знаю, это сложно, но такой подход значительно поспособствовал бы взаимодействию, лежащему в основе любой успешной выставки и плодотворной работы в целом».

Шамим Момин, директор и куратор некоммерческой организации LAND (Лос-Анджелес) и бывший куратор Музея американского искусства Уитни (Нью-Йорк)

«Быть куратором – значит пытаться увидеть закономерности. Ты видишь, как что-то происходит здесь, что-то происходит там, и буквально кожей чувствуешь приближение новой волны. Когда ты устраиваешь выставку, то словно пытаешься нащупать пульс времени. Любая выставка, которую я организую, – это всегда попытка зафиксировать происходящее, найти то важное (одного художника или группу), что определяет данный конкретный момент. Будто бросаешь вызов самому времени. Ты чувствуешь: это по-настоящему важно, нельзя просто пройти мимо, нужно выступить на стороне этих художников, узнать о них больше».

Майкл Дарлинг, куратор Художественного музея Сиэтла (Сиэтл)

И в один прекрасный момент нас осенило. Идея эта была настолько очевидной, что мы не могли понять, как она не пришла к нам в головы раньше. В отличие от других творцов у художников нет ни агентов, ни менеджеров – словом, никого, кто решал бы за них деловые вопросы. Им все приходится делать самим (по крайней мере пока не приходит широкое признание). Вообще, роль агента, действующего в интересах художника, должна выполнять галерея. Однако далеко не все это делают. И даже лучшим из них приходится балансировать на тонкой грани, пролегающей между интересами художника и желаниями коллекционеров, и разрешать конфликты интересов, о которых в других сферах искусства и слыхом не слыхивали. Мы подумали, что неплохо было бы написать книгу, которая разъяснила бы художникам, что и как они должны делать, чтобы продавать свои работы, и ответила бы на все те вопросы, которые нам не перестают задавать. Мы отлично понимали, что единственный способ создать цельную и объективную картину – дать высказаться всем участникам процесса. Мы беседовали почти с сотней людей по всей стране. Мы разговаривали с галеристами и кураторами, бухгалтерами и юристами и, конечно же, с самими художниками. А затем почти целый год собирали воедино все их мнения и суждения (не забыв, впрочем, и о своих собственных) под обложкой раскрытой перед вами книги.

Мы хотим, чтобы вы слышали их голоса. Именно поэтому мы дополнили книгу цитатами из проведенных бесед. В них – различные воззрения, общепринятые и оригинальные, которые встречаются в мире искусства.

Обзорный тур по миру искусства

Мир искусства полон людей, роль которых в жизни художника очень велика. Именно от них зависит, как ваши работы будут созданы, показаны, поняты, проданы и сохранены в человеческой памяти. Во-первых, это, конечно же, все те люди, которые помогают вам расти, творить, реализовывать свои идеи и достигать поставленных целей: другие художники, бывшие учителя, сотрудники организаций, курирующих резидентские программы.

Еще существуют *багетные мастера, печатники* и многие другие профессионалы *производства*, в тонкостях работы которых вам нужно разобраться (а то и вовсе их освоить), чтобы довести начатое до конца.

Те, кто выбирает ваши работы для групповой или персональной выставки, называются *кураторами*. Обычно это люди с высшим образованием, имеющие научную степень в искусствоведении или кураторской деятельности. Если куратор работает в музее или некоей некоммерческой организации, он будет *штатным куратором*.

«Искусством образ и создается, и переосмысливается. Сотворение и переосмысление художественного образа – это восхитительная модель для всего мира в целом. И именно в этом – величайшая красота искусства». *Майкл Джус, художник (Нью-Йорк)*

«Я утешаю себя тем, что иерархическая машина мира искусства всегда находится в движении и постоянно меняется. Сейчас ею управляют коллекционеры и арт-дилеры, кураторы поддерживают работу механизмов, а художники и критики, к моему величайшему сожалению, довольствуются ролью простых пассажиров. Мы безвольно сидим и ждем, когда нас куда-нибудь привезут. Не то чтобы я жаловалась. Такова экономическая реальность. Если мы не захотим вылезти из этой машины, если богатые продолжают богатеть, то в обозримом будущем эта система по-прежнему будет определять условия нашего существования. Но рано или поздно машина неизбежно перестроится, и не раз: история тому подтверждение». *Мишель Грабнер, художница, профессор, критик, куратор (Чикаго)*

Независимый куратор работает внештатно. Он самостоятельно организует выставки или сотрудничает с музеями и галереями. Также существуют кураторы, работающие на отдельные корпорации или частные лица (они поддерживают и развивают их коллекции).

Частные коллекционеры, корпорации и организации регулярно прибегают к услугам *консультантов и советников по искусству*. За свою деятельность эти специалисты получают либо фиксированную плату, либо определенный процент от стоимости той или иной работы. Некоторые из них зачастую сосредотачивают свое внимание на начинающих художниках, посещают их мастерские и знакомят со своими клиентами.



Арт-дилеры организуют публичные показы работ с их последующей продажей. Они специализируются либо на *первичном рынке произведений искусства* (когда работа продается впервые), либо на *вторичном* (когда работа перепродается). На первичном рынке арт-дилеры представляют картины ныне живущих художников и тем самым способствуют развитию их карьеры. На вторичном же рынке перепродают то, что однажды уже было куплено. Здесь обычно работают не с художниками, а напрямую с коллекционерами и другими арт-дилерами.

Многие из них называют себя *галеристами*, чтобы подчеркнуть свое родство с кураторами и продюсерами. Другие, не желая преуменьшать значения коммерческой составляющей искусства, предпочитают называться арт-дилерами. (В этой книге мы будем использовать термин «галерист», хотя и считаем, что различие между этими словами весьма условно.)

Большинство галерей имеют обширный *персонал*. Он подбирается в соответствии с личностью художника или с задачами, которые стоят перед галереей. Как правило, каждая галерея имеет в штате ряд сотрудников.

«Найти нечто по-настоящему значимое – это по большому счету и есть самое важное. Когда все идет хорошо, всегда есть то, что заставляет тебя двигаться вперед. Несмотря на славу, богатство, прелести светской жизни, ты продолжаешь спрашивать себя: “А зачем это все? Зачем это все лично мне?” Ты ясно видишь цель своей работы, понимаешь, что по-настоящему важно. То же происходит и в тяжелых ситуациях. Ты можешь задаваться вопросом, зачем проходить через ад нищеты и бороться за свое

существование, но все же понимаешь, что творчество действительно приносит тебе удовольствие, что оно наполняет тебя. И ты в него веришь».
Чарльз Лонг, художник (Маунт-Болди, Калифорния)

«Без художников никого из нас попросту не было бы. Мир искусства – это пирамида. Пирамида, состоящая из огромного числа элементов: критиков, арт-диллеров и многих других. Но художники – это ее крупнейшая и важнейшая часть. Основа всего».
Тони Уайт, галерея Тони Уайта (Чикаго)

«Определитесь, каким именно художником вы хотите быть. Если вашим работам место в коммерческой галерее, с большой долей вероятности вы найдете галерею, которая их продаст. И, поверьте, нет ничего сложного в том, чтобы ваше искусство увидели в других городах. Но нужно отдавать себе отчет, какое именно место в мире искусства вы хотите занимать. Потому что скромные гонорары и выставки в музеях – это одно, а бешеная популярность и головокружительные продажи в Майами – это совсем, совсем другое».
Шеннон Стреттон, художница и директор галереи ThreeWalls (Чикаго)

«Есть искусство, и лишь затем – рынок этого искусства. Для меня это две абсолютно разные вещи».
Фред Томаселли, художник (Нью-Йорк)

Специалист по продажам поддерживает уже имеющиеся связи с коллекционерами и налаживает новые, знакомится с работами начинающих художников и представляет их общественности, отслеживает новые перспективы, сопровождает сделки.

Куратор отбирает художников и работы для конкретной выставки, организует и проводит ее, подготавливает необходимую документацию.

Помощник в случае необходимости поддерживает художников в решении вопросов, связанных с профессиональным развитием, местом проживания, содержанием мастерской и участием в выставках в других городах.

Делопроизводитель отслеживает местоположение каждого экспоната, его состояние, стоимость и статус; занимается документальным оформлением переговоров и заключает договоры о доставке; контролирует саму доставку.

Вспомогательный персонал ответственен за упаковку и распаковку экспонатов, их доставку и хранение, подготовку к выставке.

Архивариус занимается каталогизацией изобразительных, печатных и рукописных материалов.

Финансовый специалист ведет бухгалтерию и оплачивает счета.

Администраторы встречают посетителей, консультируют по телефону, выполняют административные задачи (и да, администраторы – это не только девушки, но и парни).

Управляющий по сути руководит всеми процессами, происходящими в галерее, и отвечает за организацию рабочего пространства и техническое оснащение.

Пресс-секретарь отслеживает публикации в СМИ и рассылает пресс-релизы.

Директор видит всё и всех. Он отчитывается перед владельцем галереи.

«Мир искусства порой кажется неким монолитным чудовищем, но это не так. Конечно, в нем полно чудовищных частей, но это всего лишь люди, имеющие разные точки зрения и руководствующиеся разными интересами. Художник – лишь одна из частей это организма, которая должна научиться

взаимодействовать с другими его частями. Не стоит думать, что ваша задача – сражаться с этим чудовищем».

Билл Дэвенпорт, художник и критик (Хьюстон)

В маленьких галереях все эти задачи порой выполняет сам владелец. Крупные же управляются несколькими директорами и могут иметь в штате десятки сотрудников.

Помимо уже упомянутых, существуют и другие специалисты, которых вы можете встретить, даже если и не будете с ними работать.

Критики пишут статьи о выставках. Если повезет, напишут и о вашей. Однако не только они дают оценку увиденному: свое субъективное мнение высказывают также *репортеры* и *блогеры* (не стоит забывать и о *редакциях* специализированных журналов и газет).

Организаторы художественных ярмарок ежегодно проводят свои мероприятия по всему миру.

Аукционные дома занимаются выкупом работ у коллекционеров, а затем перепродают их тому, кто предложит большую цену. Разница между ценой покупки и ценой продажи и есть их прибыль. Также они оказывают коллекционерам определенные услуги по оценке и размещению работ и занимаются частными продажами.

Некоторые галереи уже вышли за рамки своих традиционных функций и демонстрируют новые экспонаты с целью их последующей продажи, чем порой вызывают недовольство профессионального сообщества.

Реставраторы занимаются восстановлением произведений искусства. *Оценщики* определяют рыночную стоимость картины, подсчитывают размер суммы страховки и устанавливают цену. При некоторых союзах художников действуют *экспертные отделы*, в задачу которых входит подтверждение подлинности работ.

«Что такое успех для художника? Думаю, если вы счастливы и сами считаете себя успешным – это и есть успех. Не забывайте только подталкивать себя вперед. Постарайтесь не идти на поводу у публики, создавая только то, что от вас ждут. Не бойтесь рисковать».

Келли Клаасмайер, критик газеты Houston Press и редактор портала glasstire.com (Хьюстон)

«Определитесь с тем, что вам нравится и для чего вы работаете. Если вы по-настоящему хотите творить и быть творцом – выясните, что для этого нужно. Разберитесь, как встроиться в эту систему. Это лучше, чем критиковать и поносить ее».

Керри Инман, галерея Инман (Хьюстон)

«Попробуйте отделить творчество от карьеры. Стоит понять, что, хотя в чем-то они, несомненно, пересекаются, по сути это два абсолютно разных дела, каждое из которых требует своего подхода. Нужно решить для себя, какой именно карьеры вы хотите и каким именно художником вы будете».

Джозеф Хейвел, художник и руководитель программы Core (Хьюстон)

Вы уже на пороге

Мы думаем, что эта книга будет вам полезна вне зависимости от того, на каком этапе карьеры вы находитесь. Из нее вы узнаете все о мире искусства: от обустройства мастерской до организации собственной выставки, от оформления сайта до составления инвойса, от уплаты налогов до защиты авторских прав, от передачи своих работ галерее до определения их стоимости. На страницах этой книги вы найдете образцы разнообразных документов, которые, без сомнения, будут вам полезны. А еще у нее оранжевая обложка, которая будет потрясающе смотреться на вашей книжной полке.

Мы расположили главы в соответствии с теми проблемами, с которыми вы столкнетесь в начале своего творческого пути. Не исключено, что вы захотите что-то пропустить. Некоторые интересные вещи, упомянутые вскользь в одной главе, более подробно объяснены в другой. В таких случаях мы всегда подскажем вам, что это за глава, так что вы вовсе не обязаны читать эту книгу от корки до корки.

Поймите нас правильно: мы не собираемся учить вас творить. Эта книга о том, чему вас *не* учили в художественной школе. Мы не обещаем, что после выполнения всех наших рекомендаций вы станете новым Дэмьеном Хёрстом¹. Но независимо от вашего потенциала эти страницы помогут вам реализоваться.

¹ Дэмьен Хёрст – английский художник, предприниматель и коллекционер, самый богатый из ныне живущих в мире художников. – *Прим. пер.*

Глава 2

ОСНОВЫ

По сравнению с множеством других профессионалов у художников есть одно огромное преимущество – свобода. *Всё*, что вы делаете, зависит исключительно от вас, начиная от выбора места проживания и заканчивая организацией рабочего процесса. Однако подобная независимость требует значительной самостоятельности и дисциплины, поэтому лучше считать себя не только художником, но и предпринимателем. Это не превращает ваши работы в бездушный товар, но позволяет смотреть на вещи глазами бизнесмена и соответствующим образом планировать свою работу, карьеру и время.

В этой главе мы подробно опишем те проблемы коммерческой стороны творчества, с которыми вы столкнетесь практически сразу же: поиск мастерской, выбор работы, защита авторских прав, ведение учета материалов, составление инвойсов и уплата налогов.

«Существует стереотип, что думать о своей карьере подобно простым смертным – дело, зазорное для художника. Я считаю, это полная ерунда. Но почему-то очень популярная».

Шамим Момин, директор и куратор некоммерческой организации LAND (Лос-Анджелес) и бывший куратор Музея американского искусства Уитни (Нью-Йорк)

Управление временем

Лучшее, что вы можете сделать для собственной карьеры в самом ее начале, – как можно быстрее обустроить мастерскую. Сама идея *превращения творчества в работу*, раз вы уж решили зарабатывать себе им на жизнь, отнюдь не нова. Но неожиданно трудно-осуществима. Большинство людей делают то, что говорит им начальник. Вы же – сам себе начальник. Никто не будет стоять над вами с кнутом.

Многие известные и успешные художники, кстати, сами устанавливали себе временные рамки для работы в мастерской и всегда им четко следовали. По сути, это ничем не отличается от ежедневного хождения в офис. Вы работаете вне зависимости от того, есть у вас вдохновение или нет. Вы работаете, даже если к вам пришли гости. Если вы не можете творить в данный конкретный момент (допустим, вам еще не доставили необходимые материалы), займитесь организаторской работой, благо ее всегда хватает (в этой книге вы найдете множество тому примеров).

Мы не утверждаем, что все художники должны работать по одному и тому же строгому графику. Кто-то может творить только по ночам несколько дней в неделю, кто-то – каждый день с девяти до пяти. Да, вы должны жестко следовать расписанию, но само расписание строится исключительно на основании ваших предпочтений. Сразу же ответьте себе на вопросы: «В какое время суток вы наиболее продуктивны?», «Как долго способны работать без перерыва?» – и учтите это при составлении расписания.

«Делайте свою работу. Постоянно. Любите ее. Ненавидьте ее. Но делайте».

Стефани Даймонд, художница (Нью-Йорк)

Под работой имеется в виду *любая* сторона вашей творческой жизни – а не только часы, которые вы проводите в мастерской. Покупка необходимых материалов, чтение, размышления о том, что вы делаете, – тоже работа.

Чем быстрее вы войдете в установленный режим, тем лучше. Некоторые художники делают паузы, давая себе возможность расслабиться (например, после окончания колледжа или крупной персональной выставки). Но в тот момент, когда они решают вернуться к творчеству, обнаруживается, что им приходится приспосабливать свой режим под ту работу и социальную жизнь, которые они вели во время паузы. Делайте наоборот: с самого начала подчиняйте любую другую работу и общественную жизнь своему режиму.

«Каждый день я прихожу в мастерскую. Хотя бы просто для того, чтобы помыть полы и посмотреть на свои работы. Я составила себе график и следую ему неукоснительно. Это – моя работа, и идти в мастерскую – моя обязанность. Это вовсе не хобби».

Сара Чульденко, художница (Нью-Йорк)

«Сплошь и рядом выпускники собираются вместе, человек по пять, иногда даже больше, и вместе арендуют помещение. И это лучший способ выжить. Они будут обрастать все новыми связями с галеристами и другими художниками и таким образом создадут прекрасное содружество, которое будет становиться все шире».

Кевин Янковски, заместитель директора по вопросам карьеры Школы дизайна Род-Айленда (Провиденс)

«Очень важно общаться со своими сверстниками. Ведь именно они – источник свежей информации и новых идей. Поэтому для многих

художников сотрудничество – лучший способ организации своей работы: трудиться бок о бок в одной мастерской или в соседних, делиться идеями и по-настоящему друг друга поддерживать».

Андреа Розен, галерея Андреа Розен (Нью-Йорк)

«Самая важная, самая значимая вещь – это пространство. Оно жизненно необходимо, если вы художник или скульптор. Фотографы или режиссеры могут запросто работать и дома, но, если вы пишете масштабные полотна, вам это не подходит. Я снял огромных размеров помещение, разделил его на зоны и начал сдавать в аренду. Благодаря этому сейчас я плачу меньше, чем одну пятую от общей стоимости аренды. Я и представить себе не мог, что способен возводить стены или проводить коммуникации до тех пор, пока не занялся этим».

Майкл Йодер, художник (Филадельфия)

Домашняя мастерская: вы всегда на работе

У домашней мастерской есть одно неоспоримое преимущество: она располагается у вас дома. А значит, вам не нужно тратить время, чтобы добраться до рабочего места. Но у такой мастерской есть плюсы, только если вы в должной мере дисциплинированы и собраны. Покопайтесь немного в себе. У вас получается не обращать внимания на телевизор? А как насчет детей, играющих в соседней комнате? Можете ли вы плодотворно работать рядом с кроватью, стоящей на расстоянии вытянутой руки? (Кстати, неплохо бы провести ревизию своего бюджета: если вы не можете позволить себе отдельную мастерскую, то одной проблемой меньше.)

Но перед тем как решить, станете ли вы работать дома, подумайте о том, какое именно пространство соответствует вашим потребностям. Сможете ли вы работать в домашней мастерской так, как вам нужно? Или же будете в чем-то ограничены? Нужно быть реалистом не только в вопросах бюджета, но и вашего творчества: сумеете ли вы работать в привычных масштабах и с привычными материалами? Что если скульптура, которую вы жаждете создать, должна быть выше потолков вашей комнаты? Что если, работая над картиной, вы испачкаете краской пол?

Если в вашем доме есть подвал, гараж или любое другое дополнительное помещение и вы можете оборудовать его под мастерскую, это замечательно. Но если вам приходится ютиться в тесной квартирке, размеры которой совершенно не соотносятся с масштабами ваших замыслов, придется искать отдельную мастерскую.

Рабочее пространство *неизбежно* повлияет на то, что вы создаете. Любое неудобство может подтолкнуть вас к поиску чего-то нового – того, что сделает ваши творения лучше. Подобное происходит, когда пространство взаимодействует с *замыслом* вашей работы, а не только с ее размерами. Или когда вы вынуждены что-то изменить, и в итоге это положительно сказывается на результате.

Еще одна мастерская

Все чаще художники, живущие в небольших городах, объединяются и снимают помещение в крупном городе. И за небольшую сумму (учитывая то, что бремя расходов они несут вместе) имеют место, где можно показать свои работы тем галеристам и коллекционерам, которые вряд ли поедут в провинцию.

«Я хотел бы свободно выбрать место жительства – чтобы оно мне нравилось, где я был бы причастен к мировому прогрессивному рынку искусства. С точки зрения бизнеса мне хотелось бы одновременно и оставаться в строю и вести привычный образ жизни – за чертой города. Но я, без сомнения, хотел бы иметь свой кусок пирога».

Говард Фонда, художник (Портленд, Орегон)

Отдельная мастерская: дополнительное пространство

Этот вариант подойдет, если вы хотите разграничить рабочее и нерабочее время или у вас дома просто-напросто недостаточно места. Но даже в огромных размеров мастерской вы не должны позволять пространству диктовать свои условия. Искусство – не дрожжевое тесто, оно не должно разрастаться в размерах вслед за стенами и потолком вашей мастерской. Не делайте ваше произведение крупнее лишь потому, что пространство это позволяет.

Преимущество отдельных мастерских в том, что, как правило, у вас будут соседи. Вам придется делить пространство с другими художниками, а значит, вы будете делиться идеями, творческими приемами и даже критикой. Это вдохновляет. А еще это отличный способ оставаться частью мира искусства, что так необходимо для развития (мы расскажем об этом поподробнее чуть позже).

Работа бок о бок с другими художниками увеличивает шансы удачных знакомств, ведь к вашим коллегам будут заглядывать кураторы, коллекционеры и галеристы. А для них рекомендации от знакомых художников – первейший способ поиска новых талантов. Поэтому высокая вероятность оказаться в нужном месте и в нужное время – важнейшее преимущество работы в подобных мастерских.

К сожалению, «найти артистическую мансарду» порой означает «платить огромные деньги за роскошный кондоминиум». Но вполне можно довольствоваться обычным складским помещением, оборудованным под художественные мастерские, где работает несколько художников. Такое часто встречается. Если там, где вы живете, нет ничего подобного, возьмите дело в свои руки. Скорее всего, неподалеку есть художественная школа или клуб, так что будет несложно наладить контакты, арендовать большое помещение и разделить его на мастерские. Среди наших знакомых многие художники пошли по этому пути – они работают в подобных мастерских и имеют неплохой доход.

Миф о голодном художнике

Чтобы творить, голодать не обязательно. В деле приманивания муз комфорт и уверенность в завтрашнем дне не менее эффективны, чем лишения и беспрестанные заботы. Не беспокойтесь, вдохновение не оставит вас лишь потому, что вы устроились на работу и внезапно смогли позволить себе медицинскую страховку. Это не к тому, что вы должны лезть из кожи вон, чтобы заработать огромные деньги, но к тому, что ваше стремление заработать никак не скажется на качестве вашего искусства.

Постоянная работа

К сожалению (и совершенно зря, как нам кажется), многие галеристы против того, чтобы художник имел постоянную работу. Они говорят, что заинтересованы только в тех начинающих художниках, которые «серьезно относятся» к своему творчеству. Как будто еда и крыша над головой – это что-то побочное, к чему необязательно относиться серьезно.

Хотите, мы откроем вам секрет? *Каждый* художник работает где-нибудь еще, кроме своей мастерской (ну почти каждый). И мы имеем в виду не только тех, кто только что закончил университет и начинает свой нелегкий путь, но даже и тех, кто уже имеет определенный вес в широких кругах. Возможно, опытным художникам, продающим свои картины в популярных и престижных галереях, постоянная работа и не нужна. Джеффу Кунсу², например, не нужна точно. Но многие начинающие (а иногда и опытные) художники не в состоянии прокормиться одним лишь творчеством. Так что не верьте тем, кто говорит, будто искусство должно вас содержать, будто без этого вам никогда не стать хорошим, успешным, «настоящим» художником.

И уж коль мы завели об этом речь, вот вам еще один небольшой секрет: средний годовой доход художника, выставляющего свои работы в скромной галерее, – меньше *10 000 долларов*. Те же, кто уже сделал себе имя, кто продает свои работы за сотни и тысячи долларов, – лишь небольшая часть огромного мира искусства.

Прежде чем решать, какая именно работа вам нужна и в какое время суток, попробуйте прикинуть, какую именно сумму она должна вам приносить, чтобы хватало на жизнь (именно на жизнь, а не на существование). А может, вы хотите, чтобы вместе с деньгами она приносила вам вдохновение? А хотите ли вы иметь возможность общаться с другими художниками на этой работе?

Мы рекомендуем найти такую работу, которая станет дополнением к творчеству. Это может быть место, где вам дадут неплохую скидку на нужные товары (например, художественный салон, склад пиломатериалов, фотолаборатория) или предоставят доступ к природе (ботанический сад, научная лаборатория, дом культуры). Можно выбрать дело, где вы сможете отточить свои навыки: фотограф, печатник, иллюстратор, костюмер, стилист, декоратор, дизайнер, ассистент художника.

² Джефф Кунс – американский художник и скульптор, чьи работы входят в число самых дорогих в мире. – *Прим. пер.*



«Работайте в любую удобную минуту. Я, например, взял себе за правило всегда носить в рюкзаке все необходимое, чтобы быстро что-то набросать. Я уверен, что, даже когда ты покупаешь материалы или думаешь о будущем проекте, ты работаешь. Чем больше я думал о своих произведениях, тем лучше они выходили. Я просто приучил себя создавать что-нибудь даже вне стен мастерской».

Джозеф Смолински, художник (Нью-Хейвен, Коннектикут)

«Не нужно ни во что бросаться сломя голову. Я всегда была уверена, что лучше уж иметь постоянную работу и идти вперед небольшими шажками, чем без оглядки ввязываться в первую же авантюру, а потом расхлебывать последствия. Конечно, не все художники со мной согласятся,

но вот, например, Феликс Гонсалес-Торрес³ был в этом отношении непоколебим. Вряд ли вы захотите идти на творческие компромиссы лишь потому, что находитесь под давлением».

Андреа Розен, галерея Андреа Розен (Нью-Йорк)

«Я могу вспомнить от силы пять, может быть, шесть художников, которых кормило их творчество. Смешной процент. Как же нам, художникам, получить стабильный доход, никак причем с творчеством не связанный? Многие преподают, это очевидно, но дополнительные источники дохода никому не помешают. Мы с мужем, например, стали сдавать в аренду недвижимость, потому что у нас неплохие организаторские способности. Благодаря этому вы сможете больше времени проводить в мастерской. Или вы материально обеспечены (а таких людей в художественной среде немало), или вам стоит поискать заработок, не связанный с искусством». Франческа Фукс, художница (Хьюстон)

«Вопрос должен звучать так: “А что делает меня счастливым?” Чем дальше вы от своего счастья, тем хуже для вас. Не так уж и велика разница между художником и, допустим, куратором. Разница между художником и финансистом с Уолл-стрит или сантехником куда больше».

Джордж Адамс, галерея Джорджа Адамса (Нью-Йорк)

«Ветхозаветная система “учитель и ученик в одной мастерской” вполне эффективна. Мастерские Майка Келли, Пола Маккарти, Чарли Рэя⁴ – отличные, уютные грядки, на которых взращиваются молодые дарования. Начинающие художники видят перспективы, видят, как творится искусство. А более опытные берут под свое крыло самых талантливых из них. Этакое фермерское хозяйство».

Майкл Дарлинг, куратор Художественного музея Сиэтла (Сиэтл)

«Очень важно любить профессию художника и верить в свою работу. Это подобно обоюдоострому клинку. Первая опасность в том, что ты можешь начать подражать тем, кто находится рядом. Вторая в том, что они могут использовать твои идеи. Одной из причин, по которой я хотел работать с Питером Хелли⁵, было то, что наши работы не имели вообще ничего общего».

Майкл Йодер, художник (Филадельфия)

«Первые несколько месяцев, которые я проработала в мастерской Джеффа Кунса, я смешивала краски. Так я научилась мгновенно создавать нужный цвет. Сорок часов в неделю ты сидишь и смешиваешь краски, ты должна это делать идеально. Ты можешь смешивать краски два года. Ты можешь смешивать краски три месяца. В той мастерской работало двадцать три художника, столько же скульпторов и то ли десять, то ли

³ Феликс Гонсалес-Торрес – известный американский художник, один из основателей искусства прямого действия и открытой коммуникации со зрителем. – *Прим. пер.*

⁴ Известные лос-анджелесские художники и скульпторы. – *Прим. пер.*

⁵ Питер Хелли – современный американский художник, основоположник направления в абстрактном искусстве – нео-гео. – *Прим. пер.*

пятнадцать офисных сотрудников. Думаю, многим художникам приходится очень нелегко, когда они начинают. Но я знаю, что все они стараются».

Сара Чульденко, художница (Нью-Йорк)

«У меня есть блокнот для набросков, и я всегда там рисую, прямо на занятиях, которые веду. С одной стороны, это неплохой инструмент обучения, с другой – отличный способ оттачивать собственное мастерство. И у меня есть ощущение, что, стоит мне захотеть, я смогу нарисовать что угодно, потому как на занятиях именно этим и занимаюсь. Я так люблю моменты, когда студенты создают что-то по-настоящему хорошее или однажды пишут и приглашают тебя на вручение дипломов или выставку, в которой принимают участие. Ради этого стоит работать».

Джозеф Смолински, художник (Нью-Хейвен, Коннектикут)

«Я был ассистентом Терри Уинтерса. Для меня это стало по-настоящему фантастическим опытом, и я всячески рекомендую художникам подобную работу. В то время я только выпустился и пытался понять, как выстроить свою карьеру и развиваться. Работа с Уинтерсом вдохновляла. Наша дружба продолжается по сей день.

У меня самого было немало ассистентов, и я надеюсь, что подобный опыт значит для них не меньше, чем значил в свое время для меня. Я вижу проблемы, с которыми они сталкиваются, и подбадриваю их. Смотрю на их работы и поясняю, если есть что пояснить. Я делюсь с ними знаниями о материалах и техниках (и часто этот процесс обоюден). А еще я делаю им сэндвичи. Будучи студентом, я работал в кафе, так что знаю, как сделать отличный сэндвич».

Чарльз Лонг, художник (Маунт-Болди, Калифорния)

«После выпуска я переехал в центр Лос-Анджелеса. У каждого была постоянная работа. В то время там не было никакого рынка искусства, и художники делали что угодно, поскольку и не рассчитывали продать свои работы. Царила восхитительная атмосфера экспериментов. Пол Маккарти делал перформансы. Это была именно такая богемная жизнь, какой я и ожидал.

Мы все ежедневно шли на компромиссы. Я не бросал постоянную работу до тридцати пяти. Но если вы идете на компромиссы в своем творчестве, чтобы выжить, вы приносите в жертву самый важный аспект своей жизни».

Фред Томаселли, художник (Нью-Йорк)

«Я полагаю, что очень важно иметь разнообразную постоянную работу. Как художник, вы хотите сосредоточиться на творчестве, но важно иметь представление о разных сторонах художественной жизни и понимать, что происходит за кулисами. Увидев разные грани мира искусства, вы начинаете осознавать всю тяжесть работы, которая в него входит».

Хиллари Видеман, художница и бывший менеджер галереи Artist Space (Нью-Йорк)

«Если вы только недавно переехали в город, подработка на выставках может стать неплохим способом завести знакомства с галеристами и другими художниками. За небольшой промежуток времени я успел

поработать местах в шести. Так можно приобрести круг общения близких по духу людей – подобное происходит при получении высшего профессионального образования. Существенный недостаток фриланса по сравнению с постоянной работой – отсутствие стабильного дохода».

Крис Баллантайн, художник (Нью-Йорк)

«Мой первый опыт фриланса был случайным. Галерея Дэвида Цвирнера казалась мне удачным местом, чтобы начать исследовать мир искусства. Долго я там не проработал, но то представление, которое получил о работе галереи, немало мне пригодилось. У меня захватывало дух от мысли, что я работаю с настолько серьезными ребятами и так сильно любимыми мною художниками. Стрессовых ситуаций, конечно, тоже хватало: как-то раз, помню, меня как ни в чем не бывало попросили упаковать работу Пикабиа⁶ за миллион долларов!

В конце концов, это очень важно – быть увлеченным своей работой ровно настолько, чтобы идти на нее с радостью, но при этом уделять должное внимание и своему творчеству. Для меня, например, важна гибкость: у меня должна иметься возможность исчезнуть на время из города и не потерять при этом работу. Частенько я думаю, что мог бы зарабатывать и побольше: я неплохо обрабатываю видео и фото, и это настолько тесно связано с моим творчеством, что не может не повлиять на ту радость и то удовольствие, которые я от него получаю.

Это может показаться странным, но работа в галерее имеет очень мало общего с трудом художника, хотя она, безусловно, очень полезна для понимания всех аспектов жизни выставочного мира. Я неисправимый любитель почесать языком, поэтому еженедельная поездка в Челси⁷ для меня самое то: так я поддерживаю связь с людьми и нахожусь в курсе новых веяний. Живи я в другом месте, пожалуй, чувствовал бы себя как в тюрьме».

Роб Картер, художник (Нью-Йорк)

«Отличная работа для художника – та, которая позволяет ему контролировать собственный график и проводить достаточно времени в мастерской. У нас работало множество начинающих художников в период своего студенчества, но обычно это длилось недолго. Люди, которые работают долго, отдают себя делу без остатка».

Найм Лэндсмен, издатель журнала Artforum International Magazine

«Я всегда с очень большой осторожностью подходила к вопросу приема на работу художников. Если же я их нанимала, то всегда читала очень долгую лекцию о деловой составляющей искусства, давая им понять, что у медали есть и другая, совсем не такая блестящая сторона. От души заштукатуренная и закрашенная. Нам-то нравится то, что мы делаем, но может ли сказать то же самое о себе парень, которому приходится таскать туда-сюда коробки?

Мой совет художникам – искать работу, абсолютно никак не связанную с искусством и галереями, иначе разочарование может быть слишком

⁶ Франсис Пикабиа – французский художник-авангардист, график и писатель-публицист. – *Прим. пер.*

⁷ Челси – район Нью-Йорка на северо-западе Нижнего Манхэттена, в котором расположено большое количество картинных галерей. – *Прим. пер.*

велико, особенно для начинающих. Если вам нужна работа, чтобы сводить концы с концами, и вы хотите быть, например, гардеробщиком, держитесь подальше от людей искусства. Вы же не хотите, чтобы на первой же персональной выставке вас вспомнили как парня, подающего пальто. Будьте художником».

Ли Коннер, галерея современного искусства Коннер (Вашингтон)

«Я часто задумываюсь о том, что, будь работа в галерее обязательным требованием для каждого начинающего художника, мир стал бы лучше. Во-первых, это позволило бы получить реальные навыки организации выставки, в том числе и собственной. Во-вторых, это наглядно показало бы, что можно и чего нельзя делать. Поработав в течение некоторого времени с другими художниками и их произведениями, вы начнете уважать труд людей, находящихся по другую сторону баррикады. Вы узнаете, как правильно упаковывать произведения искусства, как их маркировать и как вообще с ними обходиться.

Наконец, вы получите тот опыт, который обязательно пригодится вам при сотрудничестве с музеем, коммерческой или некоммерческой галереей. В ожидании, пока вам присудят стипендию Мак-Артура⁸, вы можете запросто устроиться в любое из этих мест, чтобы было чем платить за жилье и мастерскую».

Джейсон Лар, художник и куратор выставочной деятельности Художественного музея Саут-Бенда (Саут-Бенд, Индиана)

Кстати, работа в качестве последнего – ассистента художника – способна послужить замечательной практикой. Вы увидите, как состоявшийся художник организует свою работу в мастерской, заведете знакомства с коллегами по цеху, изучите новые приемы и техники, глубже погрузитесь в творческую среду. Вы обзаведетесь новыми связями, и перед вами откроются новые перспективы.

Впрочем, не забывайте, что подобная работа может плохо сказаться на ясности ума и ловкости рук. Месяц за месяцем по восемь часов в день вы будете помогать кому-то другому, и вполне вероятно, что, когда у вас наконец-то появится время на собственное искусство, эмоциональных сил на него просто не останется. Само понимание того, что большую часть времени вы тратите не на себя, а на кого-то другого, может поставить вас перед тяжелым выбором: работа или творчество. Разберитесь в себе, поймите, что вам по плечу, а что нет. Кого-то подобный режим вполне устраивает, и они живут так годами. Другие не выдерживают и месяца.

Один из самых популярных видов деятельности для начинающего художника – преподавание. Это, пожалуй, самый легкий и самый продуктивный путь построения карьеры (и единственный, к которому галеристы, обычно отказывающиеся художникам в праве иметь постоянную работу, относятся более-менее терпимо). Вы будете делиться своими знаниями и умениями с подрастающим поколением, увлеченным и воодушевленным искусством. Вы узнаете много нового о собственном творчестве и заново откроете уже забытое. Впрочем, преподавание подходит далеко не каждому. Знание предмета и умение передать это знание – разные вещи. Преподавание подразумевает владение самыми разнообразными навыками,

⁸ Стипендия Мак-Артура – награда в размере 500 000 долларов, которая ежегодно предоставляется фондом Джона и Кэтрин Мак-Артур нескольким гражданам или резидентам США любого возраста, работающих в любой отрасли и «демонстрирующих исключительные достижения и потенциал для долгой и плодотворной творческой работы». – *Прим. пер.*

оно требует серьезной подготовки и отнимает огромное количество сил. Если вы не готовы вдохновлять учеников, если вас самих не вдохновляет преподавание – это не для вас.

Многие художники работают в галереях или музеях в качестве технических сотрудников. И не только потому, что упаковка, распаковка и транспортировка произведений искусства хорошо сказывается на их профессиональном развитии. Главный плюс – общение с людьми, вращающимися в мире искусства, и знакомства с галеристами и кураторами. Выбрав эту работу, вы окажетесь на передовой и своими глазами увидите, как организуются выставки. Несомненным преимуществом будет и частичная занятость, обычная для подобных должностей, что позволит вам уделять больше времени творчеству. И еще кое-что важное: все кураторы, с которыми мы говорили (даже самые именитые), в один голос твердили, что с большей охотой познакомились бы с портфолио того художника, которого они уже знают лично по работе в галерее. (Кстати, обучение частностям технической работы проводится прямо на месте, так что единственный способ постичь их – устроиться в галерею.)

Любая работа, так или иначе связанная с искусством, будет способствовать вашему творческому развитию. Но вы должны понимать, какая из них лучше всего подходит именно вам, ведь ваша цель – сохранить как можно больше сил для творчества. Работа охранником в музее, например, позволит постоянно находиться в пространстве, которое вдохновляет само по себе, при этом она отнимет не так уж много сил. Работа же административная – наоборот. Если вы действительно считаете, что вам необходимо познакомиться с работой галереи, пусть это будет короткое знакомство. Узнайте то, что необходимо, познакомьтесь с нужными людьми – и двигайтесь дальше.

Есть еще один вариант работы, и очень простой. Правда, он никак не связан с миром искусства. Это работа в ресторане. Если вы всерьез задумаетесь об этом варианте, ищите такую работу, которая даст вашим мозгам возможность передохнуть. При этом она не должна занимать ваши мысли полностью, чтобы вы легко могли переключаться на творчество. Сразу поставьте высокую планку: пусть это будет дорогой ресторан, дающий персоналу все социальные гарантии. Не разменивайтесь на дешевые забегайки, предлагающие поработать за гроши. Чем больше стоит час вашей работы, тем меньше времени это будет занимать. И тем больше времени вы проведете в мастерской.

Какую работу вы бы ни выбрали, помните, что это всего лишь работа. Это не то, чем вы в самом деле занимаетесь. Это не вы.

Что такое тираж?

Если вы создаете ряд абсолютно одинаковых вещей, по сути вы создаете несколько экземпляров одного и того же. Их общее количество и есть тираж. Конечно, в основном это касается фотографий, печатной графики, видеозаписей или скульптур, сделанных по одной форме.

С размером тиража следует определиться до того, как работа будет окончена: так вы сразу создадите запланированное количество экземпляров, и они действительно будут абсолютно идентичны. Один и тот же цвет, например, может выглядеть совершенно по-разному на одной и той же фотографии или репродукции, если их печатать в разное время или на разном оборудовании.

Тираж обычно невелик: от трех до шести экземпляров, потому что большее количество смахивает скорее на рекламную продукцию, нежели на произведения искусства. Самое большое количество экземпляров в тираже крайне редко превышает двадцать. Скульптуры обычно создаются

в трех или даже двух экземплярах. Многие же довольствуются одним-единственным.

Впрочем, ничто не мешает вам пойти против устоявшихся традиций и создать то количество экземпляров, которое вы считаете нужным. Но для этого должна быть веская причина. Например, дело идет о продукте массового потребления, репродукциях, коммерческом дизайне, или же вы просто хотите донести свое произведение до широкой аудитории.

Каждый, кто решит купить или продать вашу работу, захочет узнать и размер тиража, потому что тираж влияет на стоимость: чем он больше, тем меньше вы получите за каждый экземпляр. Сообщите коллекционеру размер тиража до того, как продадите работу.

А кто не любит повозиться с бумажками?

Ведь именно ради этого вы стали художником, правда? Именно ради этих финансовых ведомостей и таблиц с доходами и расходами раз в три месяца. Некоторые упорядочивают свои дела легче легкого. Для большинства же эта обязанность – невыносимая скукота, отнимающая драгоценное время, которое можно было бы посвятить творчеству. Но чем серьезнее вы будете относиться к бумажным делам в самом начале своего пути, тем меньше времени вам придется им уделять позже, тем лучше вы будете их контролировать.

«Художник должен думать о времени в долгосрочной перспективе: лишь единицам удается привлечь к себе внимание галерей в начале карьеры. Рассматривайте время, которое проводите в мастерской, как своего рода инвестицию. Представьте себе время, разделенное на слои, каждый из которых показывает вам, художнику, направление движения и помогает в работе».

Тамара Гейер, художница (Нью-Йорк)

«Как же отыскать ту узкую тропку в чаще финансовых, физических, географических и ситуативных ограничений, которые неизменно сопровождают процесс организации выставки, да и творчество вообще? Сплошные ограничения! Модель, предлагающую художнику работать в изоляции от остального мира, создавать произведения и затем представлять их публике, сложно назвать жизнеспособной.

Этот стереотип возник отнюдь не на пустом месте: перечисленные мной ограничения и факторы организации работы давят на вас, и когда они кажутся непреодолимыми, результат всех усилий неожиданно превосходит все ваши ожидания. Такое не всегда происходит, когда вы делаете все, что, по вашим словам, хотите. Свобода выбора порой приводит к бездействию».

Шамим Момин, директор и куратор некоммерческой организации LAND (Лос-Анджелес) и бывший куратор Музея американского искусства Уитни (Нью-Йорк)

«Моя работа в мастерской происходит урывками. Я не делаю все в один день. Сегодня, например, я весь день провела со своими детьми. Завтра я преподаю, после чего всю ночь проработаю в мастерской. Послезавтра я назвала писательским днем: мне срочно надо доделать кое-какую работу. Как ни парадоксально, моя работа в мастерской четко расписана по часам, а мое творчество строится вокруг повторения. Но каждый раз я попадаю в мастерскую благодаря компромиссам. Я настолько страстно обожаю творчество, критику, преподавание и визуальную культуру, что всегда нахожу на это время».

Мишель Грабнер, художница, профессор, критик, куратор (Чикаго)

Учет

Не важно, где он будет находиться, дома или в мастерской, но вам обязательно нужен подробный перечень всех завершенных работ. Не будет лишним продублировать эту информацию в отдельном файле (а лучше даже в двух) у себя на компьютере. (Для этих целей можно использовать специальные программы учета вроде ArtBase,

Artsystems или FileMaker, но подойдет и что-то более простое вроде Word или Excel.) Адепты старой школы довольствуются обычным блокнотом, что, честно говоря, создает немалые неудобства, когда нужно быстро что-то найти, систематизировать или дополнить. Какой бы способ учета работ вы ни выбрали, в списке всегда должна быть следующая информация о каждой вашей работе (помимо, конечно, той, которую вы сами считаете важной):

- Название, дата завершения, материалы или носители, размеры или длительность, тираж.

- Местоположение: где именно в данный момент находится ваша работа.

- Выставочная история: где и когда демонстрировалась работа.

- Сопутствующие расходы: сколько вы потратили денег на создание работы.

- Рамы: есть ли у работы рама, и если да, то сколько она стоила.

- Стоимость: оценивалась ли когда-нибудь работа, назначалась ли страховая стоимость для участия в выставке, была ли работа продана.

- Информация о продаже: кто продал работу, кто ее купил, когда и за какую цену.

- Идентификационный номер: цифры, позволяющие систематизировать ваши работы.

Среди «материалов и носителей» перечисляйте все использованные, не ограничивайтесь словечком «разные». Ваши записи должны быть как можно более подробными: это очень удобно, если вы вдруг захотите что-то изменить в вашей работе или уточнить какую-то информацию.

Для каждой версии произведения, для каждой его копии должна быть отдельная запись. Например, если вы создали три экземпляра одной и той же работы и дважды скопировали ее, в ваших учетных документах должно быть пять записей: 1/3, 2/3, 3/3, 1/2 (к), 2/2 (к).

Собственные записи нужны в любом случае, даже если галерея ведет подробный учет всех ваших работ. Держите все под контролем.

ИЗОБРАЖЕНИЕ	№	ГОД	НАЗВАНИЕ	МАТЕРИАЛЫ ИЛИ НОСИТЕЛИ	РАЗМЕРЫ ИЛИ ДЛИТЕЛЬНОСТЬ	ЭКЗЕМПЛЯР	МЕСТО НАХОЖДЕНИЯ
	1	2013	Без названия 3	Бумага, карандаш	76 × 102		Мастерская
	2	2013	Натюрморт	Дерево, пластик, перо	51 × 38 × 13		Дома у мамы
	3	2013	Пейзаж 5	DVD	6 : 22	1/3	Коллекционер
	4	2013	Пейзаж 5	DVD	6 : 22	2/3	Выставка
	5	2013	Пейзаж 5	DVD	6 : 22	3/3	Мастерская
	6	2012	Пейзаж 5	DVD	6 : 22	1/1 (к)	Мастерская
	7	2012	Без названия	Холст, масло	28 × 35,5		Подарена

ОБЩАЯ СТОИМОСТЬ	СТОИМОСТЬ РАМЫ	ДРУГИЕ СОПУТСТВУЮЩИЕ РАСХОДЫ	ПРОДАНО	АДРЕС ПОКУПАТЕЛЯ	КЕМ ПРОДАНО	ВЫСТАВКА	ПРИМЕЧАНИЯ
\$1600	\$400						
\$3200		\$600 литье					
\$800			Да	Имя, 12345 Массачусетс, Бостон, Оранж- стрит, д. 100	Название галереи	«Название» галерея X, год	Продана 01.04.2014
\$800						«Название» галерея X, год	Должна быть возвращена до 01.12.2014
\$800							
Не для продажи							Не для продажи
\$1000			Да	Имя, 12345 Массачусетс, Бостон, Оранж- стрит, д. 100	Название некоммерческой организации		Продана 01.06.2013

«Как бы мне хотелось, чтобы художники предвидели возможные повороты своей профессиональной судьбы и контролировали свое развитие! Даже если художник сотрудничает с галерей, слова вроде “да мой галерист все контролирует, я даже не в курсе, что там с моим резюме” вызывают во мне немалое беспокойство. Держите все под контролем: места, в которых находятся ваши работы, какие из них проданы. Не забывайте про фотографии работ. Просто будьте ответственными. Это ваша карьера и ваша жизнь».

Элинор Уильямс, консультант по вопросам искусства и независимый куратор (Хьюстон)

«К учету всего, что связано с моим творчеством, я отношусь с большой аккуратностью. Возвращаюсь к этому примерно раз в год, когда приходит время платить налоги: перетряхиваю все свои папки и накопившиеся документы, просматриваю все электронные и бумажные письма, составляю списки имен и адресов коллекционеров, с которыми сотрудничал, чтобы точно знать, где и у кого мои работы».

Стас Орловски, художник (Лос-Анджелес)

«У меня есть большой общий список. Все галереи, с которыми я сотрудничаю, работают по-разному. Я всегда стараюсь заполучить копии документов на транспортировку и списков периодической инвентаризации, чтобы быть абсолютно уверенным, что мои данные не расходятся с данными галерей. Это непростая работа, и я с радостью отказался бы от нее, но вести такой учет – в моих же интересах. Кому еще это нужно, кроме меня?»

Джозеф Хейвел, художник и руководитель программы Core (Хьюстон)

«Имей я возможность изменить прошлое, в первую очередь я бы вплотную занялся подробной документацией: куда ушло то или иное произведение, за сколько оно было продано. Польза от такой работы с лихвой бы окупила все потраченные на нее усилия».

Фред Томаселли, художник (Нью-Йорк)

Подписывайте и датируйте все свои работы. Если создаете несколько вариантов одного и того же произведения, присваивайте каждому свой номер. Не хотите делать пометок на внешней стороне, делайте их на обороте (или на основании, если ваше произведение трехмерное). Если позволяет место, напишите и название работы. Если вы сотрудничаете с определенной галерей (или владеете собственной), добавьте информацию о ней. Если же нет – не ограничивайтесь подписью, напишите свое полное имя. Вот посмотрите на образец:



Есть несколько вещей, о которых необходимо помнить, когда вы маркируете работу:

- Рамы, подрамники, стекло не будут частями произведения, так что размеры работы следует указывать без учета их размеров.
- *Картины* лучше подписывать красками с лицевой или оборотной стороны.

- *Фотографии* лучше подписывать мягким карандашом, бескислотными чернилами или восковым карандашом (если вы приклеиваете фотографию на более жесткую основу, сделайте все нужные пометки на оборотной стороне этой основы). Гелевые ручки и перманентные маркеры не годятся: рано или поздно надпись проступит сквозь бумагу и испортит изображение.

- *Графику и иллюстрации* советуем подписывать теми же материалами, которыми они выполнены.

- *Трехмерные произведения* маркируйте на основаниях (вручную или посредством гравировки).

- *Произведения, имеющие гладкую поверхность*, следует маркировать с помощью гравировки или архивной наклейки, пропитанной щелочным раствором.

- К *работам из ткани* можно прикрепить ярлык (если, конечно, подписать их не представляется возможным).

- Информацию о *видеозаписях* стоит писать прямо на внешней поверхности диска архивной ручкой или архивным маркером.

Если же работу по какой-то причине невозможно маркировать (допустим, это инсталляция или перформанс), сделайте что-нибудь вроде «сертификата подлинности», чтобы передать тому, кто захочет эту работу приобрести.

Просто возьмите лист бумаги, подробно опишите произведение, укажите свои контактные данные, поставьте дату и подпись. Вот так, например:

ШАПКА

СЕРТИФИКАТ ПОДЛИННОСТИ

изображение

ИМЯ АВТОРА
Пейзаж 2, 2009 г.
пигментная печать, экз. 4/5
Тираж состоит из 5 экземпляров и 1 авторской копии
51 × 61 см
№ 35

подпись автора

Настоящим подтверждается, что означенная выше работа действительно
принадлежит авторству [имя автора].

Имя автора, 90001, Калифорния, Лос-Анджелес, Пайнэппл-стрит, д. 20
555-123-4567 info@artistname.net

«Мы очень плотно сотрудничаем с художниками в деле создания собственных домашних баз данных. Их обязанность и их ответственность – следить за своими произведениями, особенно если они работают с несколькими галереями, ни одна из которой не будет тем центром, который все организует и решает все вопросы. А ведь если вдруг возникает какая-нибудь проблема с тиражом того или иного произведения, коллекционеры обращаются с претензиями в первую очередь именно к галерее. Вот почему мы зависим от корректности той информации, которую получаем от художников. У них обязательно должна быть база данных, сделанная в Excel или оформленная в виде каталога, да какая угодно – лишь бы она реально отражала местонахождение работ и факты их продаж. В настоящий момент мы совместно с музеями проводим исследование творчества тех художников, которые находятся в середине

своего пути, а еще тех, кто творит уже больше сорока лет. Не будь у меня их подробных записей, не представляю, как бы я с этим справилась».

Кэтрин Кларк, галерея Кэтрин Кларк (Сан-Франциско)

«Мне порой кажется, что размер подписи к произведению обратно пропорционален качеству самого произведения. Чем крупнее подпись, тем никудышнее работа».

Келли Клаасмайер, критик газеты Houston Press и редактор портала glasstire.com (Хьюстон)

«Я без конца слышу: “Ни одно изображение не способно передать все великолепие моего произведения”. Разумеется, не способно! Но вам стоит постараться, чтобы именно это оно и делало. Иначе произведение так и будет пылиться в мастерской. Это относится и к видеозаписям, полотнам и любым другим материалам и носителям.

Как-то раз я создала скульптуру из стекла. Сфотографировать ее было очень сложно, практически невозможно, и, когда у меня не получилось сделать это самостоятельно, пришлось искать того, кто с этим справится. Так что, если вам не удастся сфотографировать свое произведение, доверьтесь профессионалу, пускай и стоит это немало».

Хиллари Видеман, художница и бывший менеджер галереи Artists Space (Нью-Йорк)

«В принципе, регистрировать авторские права на каждую свою работу необязательно: вы получаете их автоматически, даже если ничего для этого не делаете. Но если у вас есть возможность их зарегистрировать – вперед.

Сколько раз мне приходилось произносить фразу: “К сожалению, мы никак не можем доказать нанесенный вашему произведению ущерб. Вам предстоит понести большие расходы, и нет никакой гарантии, что удастся их возместить. Наша позиция была бы куда более выгодной и мы могли бы рассчитывать на компенсацию ущерба и даже юридических услуг, если бы вы позаботились о регистрации авторских прав”».

Донн Зарецки, юрист в области искусства, коллегия Джона Сильбермана; писатель, блог Art Law (Нью-Йорк)

Снимки и изображения

Не забывайте фотографировать свои работы. Фотографируйте абсолютно все, даже самые объемные, сложные и рельефные произведения. Снимки должны быть высокого качества даже в электронном виде и показывать работу «как есть» без всякой обработки. Ну и, конечно, они должны быть сделаны на высоком уровне. Не уверены в себе – пригласите профессионального фотографа. За это не грех и заплатить. Если же кто-нибудь из ваших друзей занимается фотографией, можно рассчитывать услугой за услугу или угостить его чем-нибудь горячительным.

Фотографируйте или сканируйте в самом большом, насколько позволяет техника, разрешении. Снимки должны стать частью вашей учетной документации, так что подписывайте каждый из них соответствующим идентификационным номером. Потом вы сможете изменить размер изображения в зависимости от того, захотите ли вы опубликовать его, напечатать, переслать по электронной почте или выложить в Интернете. В настоящий момент лучше всего для публикации и печати подходит размер изображения – 8 на 10 дюймов

при разрешении 300 точек на дюйм. Изображение размером 8 на 10 дюймов с разрешением 72 точки на дюйм прекрасно подойдет для остальных целей.

Работа, которую вы фотографируете, должна уместиться в кадре и занимать его полностью. Если по каким-то причинам это невозможно (например, вы фотографируете картину большой длины, но небольшой высоты), вам следует позаботиться о том, чтобы фон, который неизбежно войдет в кадр, был максимально нейтральным.

Так как важно делать высококачественные снимки, вам придется освоить Photoshop или Illustrator, чтобы иметь возможность работать с цветом. С помощью изображений вы показываете свое искусство, и, если снимки будут плохие, риск упустить грант, выгодное предложение от галереи или другую неплохую возможность значительно возрастает. В то же время, если, работая в графических редакторах, вы перестараетесь, разочарование (а то и гнев) потенциального покупателя или другого нужного вам лица будет столь велики, что вы лишь испортите себе репутацию.

Не забывайте фотографировать выставки с вашим участием – как групповые, так и персональные. Обычно это делают организаторы выставки, а потом делятся полученными снимками с художниками. Но на вашем месте мы не стали бы на это рассчитывать. Узнайте заранее, нужно ли вам об этом позаботиться. И даже если ответ будет «нет», внимательно просмотрите сделанные фотографии до того, как выставка закончится: если вдруг вас что-то не устроит, останется время, чтобы переснять неудачные, на ваш взгляд, кадры. Если произведение включает в себя подвижные или временные элементы, инсталляцию или перформанс, лучше отдать предпочтение видеосъемке.

Нужен ли символ ©?

Технически законы обеспечивают защиту ваших авторских прав вне зависимости от того, поставите вы соответствующий значок или нет. Лишним, впрочем, он не будет. Пусть он станет для вас своего рода замком, которым вы пристегиваете велосипед, когда оставляете его на улице: не спасет от воров, но убережет честных людей от искушения. Строгих правил по использованию этого знака (если вы все же решили его использовать) не существует, но обычно это выглядит так: © 2008 Джордж Бурджи. Еще распространена фраза «все права защищены». Если кто-нибудь решит использовать изображение вашей работы, он обязан написать «С разрешения [ваше имя]» (разумеется, если таковое есть).

Всегда делайте скрытые копии при массовых рассылках: коллекционеры и кураторы обычно предпочитают не афишировать адреса своей электронной почты и вряд ли захотят из-за вашей неаккуратности общаться с толпами случайных людей. К тому же галереи зачастую находятся в состоянии ожесточенной конкурентной борьбы, так что вы только окажете себе медвежью услугу, рассказав всем, в сотрудничестве с какими галереями вы заинтересованы и как их, оказывается, много. Да и зачем всем и вся знать, насколько велик ваш список контактов?

В общем, будьте аккуратны во всем.

Регистрация авторских прав

Создав что-нибудь новое и оригинальное, вы автоматически считаетесь автором этой работы. С юридической точки зрения это означает, что никто не имеет права копировать ваше

произведение без вашего на то согласия (из этого правила существуют некоторые исключения, но суть именно такова). Закон об авторском праве работает вне зависимости от того, зарегистрировали вы свои права или нет. Регистрация, кстати сказать, не очень сложна, поэтому наш вам совет – займитесь этим.

«Какая же от этого польза?» – спросите вы.

Пресса

Сохраняйте все, что о вас пишут: каждую статью, каждую заметку, даже ту, в которой упомянуто лишь ваше имя. Не просто собирайте архив вырезок, но сканируйте каждую из них, включая заголовок, автора, название издания, дату и номера страниц. Отсканированные версии можно будет разместить на своем сайте или приложить к резюме (по крайней мере лучшие из них). Храните оригиналы и тех статей, в которых вас критикуют: кто знает, что может пригодиться? Подробнее о ведении архива публикаций написано в третьей главе.

Контакты

Сохраняйте адреса электронной почты и любые контакты тех, кто:

- купил вашу работу;
- проявил интерес к вашей работе;
- пришел к вам в мастерскую;
- написал о вас;
- организовал показ ваших работ;
- продал вашу работу.

Эти люди должны быть в вашей записной книжке и в контактах электронной почты. Письма с изображениями своих работ шлите не только родным и друзьям, но также кураторам, коллекционерам и СМИ. Нет ничего плохого, чтобы добавить в свой список контактов тех профессионалов, с которыми вы мечтаете когда-нибудь сотрудничать, – на случай, если вам вдруг выпадет такой шанс. Только не добавляйте в него никого, кто не вписывается ни в одну из вышеназванных категорий (конечно, если ваш проект напрямую не связан с малознакомыми надоедливými людьми). Основная цель такого списка – постоянное его пополнение, постепенное расширение круга знакомств, начинающегося с ваших родных и друзей. Он будет куда более полезен вам, нежели список всех подвернувшихся под руку галерей.

«Прямо при входе повесьте специальный конверт и, когда возвращаетесь домой, сразу же сгружайте в него все чеки. Чеки должны быть “говорящими”: старайтесь избежать ситуации, когда вы никак не можете вспомнить, на что именно потратили те 7 долларов 32 цента – на сигареты или книжку?

Вам на самом деле нужно понять, как вести бухгалтерию. Хотя бы в азах. Компьютер сейчас есть у каждого, и если вы немного разбираетесь в простых программах для работы с числами вроде Excel, вам не придется покупать никаких специальных программ».

Джой Харви, налоговый консультант (Нью-Йорк)

«Государство предоставляет вам, как и любому другому бизнесмену, множество налоговых преференций. В ответ оно ждет от вас деловой ответственности. Это не значит, что вы должны воспринимать свое

творчество исключительно как бизнес, но государство воспринимает его именно так».

Джой Харви, налоговый консультант (Нью-Йорк)

«Художники не должны отпускать свои произведения. Всегда оставляйте себе работы разных периодов».

Джордж Адамс, галерея Джорджа Адамса (Нью-Йорк)

Приходы и расходы

Храните все чеки. Увидите, какую пользу они принесут, когда придет пора заполнять налоговую декларацию (да-да, вы не ошиблись: *заполнять налоговую декларацию*). А еще они помогут объективно оценить стоимость ваших произведений, наглядно демонстрируя все расходы.

Не выбрасывайте чеки за все, что напрямую связано с вашей работой:

- Расходные материалы и техническое оснащение.
- Расходы на рамы, печать и производство.
- Расходы на ведение документации.
- Аренда мастерской и коммунальные расходы.
- Закуски для открытых мастерских.
- Обеды и ужины с коллегами.
- Посещение выставок, салонов и других мероприятий, связанных с искусством.
- Расходы на питание и проживание в других городах.
- Подписка на специализированные СМИ.
- Членские взносы.
- Расходы на книги, посвященные искусству или смежным областям, связанным с вашей работой.
- Посещение курсов, связанных с искусством или смежными областями, имеющими отношение к вашей работе.
- Расходы на участие в резидентских программах.
- Сборы за участие.
- Расходы на сайт и изготовление визитных карточек.
- Расходы на транспортировку работ.
- Почтовые расходы.
- Расходы на автомобиль.
- Оплата труда помощников или продавцов.

Если в чем-то сомневаетесь, обратитесь за помощью к финансовому консультанту.

Доход художника нестабилен, а налоги платятся раз в квартал, а значит, вам необходимо планировать свой годовой доход на основании дохода квартального. Вы избежите приступов головной боли, неизбежно приходящих четыре раза в год, если каждый месяц будете уделять немного времени ведению бухгалтерии. Сделайте отдельную таблицу для доходов (не важно, получены они от вашей творческой деятельности или откуда-то еще) и отдельную – для расходов. Как поделить эти таблицы на строки и столбцы – зависит исключительно от вас: от того, чем именно вы занимаетесь и на что тратите деньги. Например, если вы занимаетесь живописью или рисунком и работаете графическим дизайнером, тогда в таблице ваших доходов должны быть отдельные столбцы для живописи, рисунка, дизайна и одна для «итого»:

ДОХОДЫ				
<i>ДАТА</i>	<i>РИСУНКИ И ИЛЛЮСТРАЦИИ</i>	<i>КАРТИНЫ</i>	<i>ПОСТОЯННАЯ РАБОТА</i>	<i>ИТОГО</i>
28.02	\$250	–	–	\$250
15.03	–	–	\$2400	\$2400
22.03	\$200 \$1400	\$4300	–	\$5900
<i>ИТОГО</i>	\$1850	\$4300	\$2400	\$8550

РАСХОДЫ НА ТВОРЧЕСТВО						
<i>ДАТА</i>	<i>МАСТЕРСКАЯ</i>	<i>МАТЕРИАЛЫ</i>	<i>ДОРОГА</i>	<i>ДОСТАВКА</i>	<i>ПИТАНИЕ И РАЗВЛЕЧЕНИЯ</i>	<i>ИТОГО</i>
09.02		\$95			\$30	\$125
27.02	\$700	\$320				\$1020
05.03			\$105	\$50	\$45	\$200
27.03	\$700					\$700
05.04			\$105	\$50		\$155
<i>ИТОГО</i>	\$1400	\$415	\$210	\$100	\$75	\$2200

Вы всегда можете убрать лишние категории и добавить нужные. Главное здесь – четко понять, на что именно и в каком объеме уходят ваши деньги, а не придумывать статей расходов, на которые вы, возможно, когда-нибудь потратитесь.

Вот список возможных категорий, наиболее, на наш взгляд, важные выделены полужирным:

- **Реклама.**
- **Транспортные расходы.**
- Комиссии и взносы.
- **Работа по договору.**
- **Амортизация (оборудования).**
- Выплаты и льготы персоналу.
- **Страховка.**
- **Ипотечные выплаты.**
- Юридические и другие профессиональные услуги.
- **Канцелярские расходы.**
- Пенсионные отчисления и участие в прибылях.
- **Аренда.**
- Ремонт и техническое обслуживание.
- **Материалы.**
- Налоги и лицензии.
- **Питание, развлечения и путешествия.**
- **Коммунальные услуги.**

- Заработная плата.
- Другое.

Для расходов, напрямую связанных с вашей творческой деятельностью, советуем завести отдельную кредитную карточку. Так ваша кредитная компания сможет контролировать ваши расходы. Только не выкидывайте чеки (это касается той ситуации, когда вы сами за все платите; мы не будем писать о возможности залезть в долги, нам эта перспектива не очень нравится... вам, думаем, тоже).

ИНВОЙСЫ

Разработайте такую форму инвойсов⁹, которую сможете легко и быстро заполнить и при необходимости распечатать. Отдельный инвойс для каждой работы, которую вы продаете, – самый простой способ следить за этой стороной вашего творчества. А еще это показывает новым коллекционерам, насколько серьезно вы настроены (даже если этот коллекционер – ваша мама). Не забывайте оставлять себе копии.

Как только вашими работами заинтересуется галерея, она возьмет на себя решение всех вопросов, связанных с их куплей-продажей. Это означает, что вам следует перестать продавать свои произведения самостоятельно, по крайней мере до тех пор, пока галерея не даст на это свое согласие (подробнее об этом читайте в главах пятой и тринадцатой). В конце этого раздела вы найдете пару примеров того, как выглядят инвойсы. Можете использовать их, но лучше создайте собственные на их основе. Каждый из них сопровождается комментариями, так что вы сможете решить, что вам подойдет, а что нет.

Основные элементы инвойса

В каждом инвойсе обязательно должна быть следующая информация:

1. Дата.
2. Ваше имя, адрес мастерской, рабочий телефон и адрес электронной почты.
3. Имя покупателя, его адрес, телефон и адрес электронной почты.
4. Название произведения, дата завершения, материалы или носители, размеры или длительность, тираж.
5. Цена работы, стоимость доставки, размер налога с продажи и общая сумма.

Можете добавить миниатюрное изображение самой работы. Лет через тридцать, когда придет время перелопатить все свои документы для ретроспективной выставки, вам не придется ломать голову над тем, что это за «Штуковина без названия» такая. Некоторые галереи добавляют в инвойсы дополнительную информацию, например о том, участвовала ли работа в выставках, писали ли о ней в прессе.

⁹ Инвойс (англ. invoice) – в международной коммерческой практике документ, предоставляемый продавцом покупателю и содержащий перечень товаров, их количество и цену, по которой они поставлены покупателю, формальные особенности товара (цвет, вес и т. д.), условия поставки и сведения об отправителе и получателе. Выписка инвойса свидетельствует о том, что (кроме случаев, когда поставка осуществляется по предоплате) у покупателя появляется обязанность оплаты товара в соответствии с указанными условиями, а также о том, что товар отгружен согласно условиям поставки. В российской практике документ, аналогичный инвойсу, отсутствует. Счет-фактура используется исключительно для целей налогового контроля и потому не может считаться аналогом инвойса. В связи с этим в России инвойс обычно применяется при международных поставках товаров. В некоторой степени инвойс соответствует документу «счет на оплату», применяемому в российской практике. – *Прим. ред.*

Кое-что еще

Существует еще много вещей, которые вы можете добавить в инвойс, чтобы сделать его нагляднее. Их наличие – показатель профессионализма, но нужно подходить к этому разумно, чтобы, с одной стороны, все-таки перестраховаться, а с другой – не переборщить и не породить завышенных требований у потенциального покупателя.

Если же вы решите не перегружать инвойс дополнительной информацией, она всегда должна быть у вас в голове, чтобы в нужный момент вы могли ей воспользоваться. Так вы избежите неприятных сюрпризов.

Право собственности

Право собственности – не то же самое, что авторские права. Оно связано не столько с авторством конкретного произведения, сколько с тем, кто им реально владеет. Представьте себе ситуацию, когда к вам в мастерскую случайно заглядывает коллекционер, с первого взгляда влюбляется в рисунок за 700 долларов и тут же его у вас покупает (естественно, за наличные). В ту самую секунду, когда деньги оказываются у вас в руках (в случае, если это вся сумма целиком), коллекционер становится владельцем вашего произведения, и право собственности переходит от вас к нему.

Конечно же, в реальности далеко не все готовы сразу взять и выложить 700 долларов. И потому, если вам платят не полностью, а частями (скажем, 350 долларов сейчас и еще 350 – через месяц), право собственности на произведение остается за вами до тех пор, пока оно физически находится у вас (в мастерской, дома или где-то еще). Позволив же коллекционеру забрать произведение себе, вы тем самым передаете и право собственности на него, даже если сумма уплачена не полностью. Вам все еще должны 350 долларов, но своим произведением вы уже распорядиться не вправе.

Это правило, впрочем, можно очень легко (и притом совершенно законно) обойти. Все, что нужно сделать, – просто указать в инвойсе: *«Право собственности остается за автором до факта полной выплаты оговоренной суммы»*.

А можно и еще проще: *«Пока я не получу всю сумму, работа принадлежит мне»*.

Обе эти фразы недвусмысленно дают понять, что вы не собираетесь передавать коллекционеру право собственности на ваше произведение (даже если он уже забрал его себе) до тех пор, пока он полностью за него не расплатится.

Другой прекрасный способ избежать проблем с правом собственности – просто придерживаться работу у себя до получения полной суммы. Многие галереи, кстати, идут именно по этому пути, отмечая в своих инвойсах: *«Товар не будет доставлен покупателю до факта полной выплаты оговоренной суммы»*.

Опять же, можно сформулировать проще: *«Пока я не получу всю сумму, произведение останется у меня»*.

Конечно, такого рода предосторожность носит скорее символический, нежели юридический характер: она эффективна ровно настолько, насколько вы сами того пожелаете. Иногда удовлетворение от продажи собственного произведения или желание угодить коллекционеру могут сыграть с вами злую шутку и заставят пренебречь необходимостью оградить себя от возможных проблем.

Помните, ваша основная задача – избежать такой ситуации, когда произведение уже не у вас, а коллекционер, который его купил, совсем не торопится платить (и ничего, кроме его порядочности, не гарантирует вам оплату).

Страховка

Ситуации, когда произведения искусства страдают при транспортировке, случаются сплошь и рядом. Как вы думаете, кто в такой ситуации уж точно не захочет раскошелиться? Конечно же, коллекционер. Каких только скверных историй мы не наслушались от коллекционеров, винящих художников за тот вред, который был нанесен работе при доставке; и под «винящих» мы имеем в виду нанимающих адвокатов и грозящих судебными тяжбами.

Избежать такой ситуации можно, переложив ответственность на того, кто должен ее нести (говоря казенным языком законов, «нести риски убытков»). Для этого в инвойсе нужно прописать: «*Ответственность за повреждение произведения при транспортировке несет покупатель*» (или «*Как покупатель вы ответственны за безопасность транспортировки*»).

Конечно же, если работу хорошо и надежно упаковать, вероятность ее повреждения значительно уменьшится. О том, как упаковывать и перевозить произведения искусства, вы можете прочитать в девятой главе.

Условия оплаты

Иногда коллекционеры склонны забывать, что вам вообще-то нужны деньги. Не стесняйтесь установить временные рамки: «Оплату необходимо осуществить в течение 30 дней после получения настоящего инвойса».

Выставки

Коллекционеры очень хорошо понимают, что рано или поздно может наступить момент, когда вы захотите включить купленную ими работу в экспозицию выставки. Некоторые художники специально оговаривают такую возможность в инвойсах: «Мне будет предоставлена возможность использовать данное произведение в качестве выставочного экспоната в музее, галерее или другой подобной организации».

Не очень вежливо и корректно: такая формулировка связывает коллекционера по рукам и ногам. Многие галеристы, например, абсолютно убеждены, что раз уж коллекционер купил работу, то может делать (или не делать) с ней все, что только заблагорассудится.

Другие думают, что обсуждать эту тему вполне уместно, но оформлять документально не следует в силу ее неоднозначности. На практике же коллекционеры часто отказываются одалживать художникам их работы из-за страха того, что произведения могут повредить (или по какой-то иной причине) вне зависимости от того, что написано в инвойсе.

Если верить галеристам, коллекционеры обычно отдают работу на выставку в том случае, когда организатор соглашается оплатить транспортировку (а он обычно соглашается) и указывает их имена в сопроводительных проспектах или на этикетках с названием. Правда, если произведение очень хрупкое и возможность повредить его велика, коллекционер все равно откажется. И, возможно, правильно сделает.

ПОСЛЕ ТОГО, КАК МЫ ЗАКОНЧИМ,
МОЖЕТ, У ТЕБЯ НАЙДЕТСЯ МИНУТКА,
ЧТОБЫ ЗАГЛЯНУТЬ В МОЮ МАСТЕРСКУЮ
И ПОСМОТРЕТЬ НОВЫЕ КАРТИНЫ?



«Я частенько вижу, как художники продают последние копии своих произведений. Если вы твердо уверены, что хотите этого, – продавайте, конечно, но подумайте: вдруг они вам понадобятся лет через десять или двадцать? Сейчас, например, я организую выставку работ 1960–1970-х годов, и мне очень помогают художники, сохранившие какие-то свои картины. Они просто оставляли себе что-нибудь после каждой выставки, и мне кажется, что это умно».

Энн Илгуд, куратор Музея Хаммера (Лос-Анджелес) и бывший куратор Музея и сада скульптур Хирихорна (Вашингтон)

«Они должны оставлять себе хоть что-то! Хотя бы по одному экземпляру каждой работы. Это же их личный пенсионный фонд, их собственная летопись. Всегда должно быть то, что не предназначено для продажи. Ни за какие деньги. И им, и другим людям будет очень полезно заглянуть в прошлое и оценить пройденный путь. Деньги могут быть важнее здесь и сейчас, но разве купишь память?»

Микаэла Джованнотти, критик и куратор (Нью-Йорк)

«Справиться с налогами нелегко. Очень много того, о чем нужно помнить и что нужно учитывать. Любому художнику, на мой взгляд, следует помнить вот что: не важно, какое место в искусстве он занимает, ему придется платить налоги, каким бы незначительным ни был его доход».
Джой Харви, налоговый консультант (Нью-Йорк)

«У вас есть выбор: позволить налогам управлять своей жизнью или управлять ею самим. Если вдруг произойдет чудо и ваше творчество вас озолотит, найдите финансового консультанта, заплатите ему и доверьтесь во всем. Конечно, вы можете сами с грехом пополам пытаться оценить все, произошедшее за год, угадать закономерности, но чудо должно остаться чудом и при этом не разрушить вашу жизнь».
Джой Харви, налоговый консультант (Нью-Йорк)

«Это творчество, да, но есть пара смежных областей, вроде налогообложения, которые способны ограничить вашу свободу. Главное, чтобы они не ограничивали ваше искусство. Любое ваше усилие, даже если оно не связано с конкретным человеком или противоречит общим культурным тенденциям, направлено на сохранение своей независимости. Ведение документации и поддержание собственной осведомленности в общих вопросах – тоже своего рода независимость».

Майкл Джу, художник (Нью-Йорк)

Авторские права

Когда вы продаете свою работу коллекционеру, он покупает только произведение, но не авторские права. Если вернуться к нашей воображаемой ситуации, за свои 700 долларов коллекционер приобретает вместе с рисунком право им распоряжаться: вешать куда заблагорассудится, передавать кому захочется и т. д. Но права помещать это изображение на плакатах, сувенирах, своих визитках, выкладывать в Интернет или продавать производителям одежды у него как не было, так и нет. Все это можете делать вы и только вы (если захотите, конечно), благодаря авторским правам. Они сохраняются за вами, даже если вы продаете свое произведение – вне зависимости от того, напишете ли вы что-нибудь об этом в инвойсе.

Впрочем, многие художники и галеристы все же предпочитают делать подобные записи, чтобы недвусмысленно дать понять коллекционеру, что будет ему принадлежать, а что не будет. Например: *«Авторские права на произведение остаются за мной»*.

Перепродажа

В один прекрасный день у коллекционера может возникнуть желание продать вашу работу кому-нибудь еще.

Или же вы можете выкупить свою работу обратно. Часто бывает, что начинающий коллекционер не отдает себе отчета, насколько сильно может сказаться на карьере художника факт перепродажи его произведения. Или, например, не понимает, чем она для него обернется. Именно по этим причинам галеристы иногда добавляют в инвойс что-нибудь вроде: *«В случае если произведение выставляется на продажу, преимущественное право его приобретения остается за мной»* (или *«Если вы решите продать это произведение, я имею приоритетное право его купить»*).

Более дружелюбная (но при этом и менее ясная) формулировка выглядит так: *«Пожалуйста, дайте мне знать, если соберетесь продавать это произведение».*

«Художник должен ходить не только на те выставки, которые ему нравятся, но и на те, которые не нравятся. Сколько художников не видят по-настоящему интересных работ лишь потому, что думают, что те им не понравятся, или считают свое творчество лучше! Нужно смотреть на всё! Вы должны понимать, в чем именно ваше творчество лучше, в чем вы соответствуете модным тенденциям, а в чем нет».

Стивен Серджованни, директор галереи Mixed Greens (Нью-Йорк)

«Не стоит недооценивать значение профессиональной среды».

Керри Инман, директор галереи Инман (Хьюстон)

«Работа – на первом месте, цели – ясны и понятны: вы всегда должны четко знать, что делаете, ну или хотя бы представлять, в каком направлении двигаетесь. Начинаящий художник просто обязан иметь реальное представление о том, как функционирует машина мира искусства».

Тим Блум, галерея Блума и По (Лос-Анджелес)

«Быть вовлеченным в жизнь сообщества очень важно для художника. Это помогает разобраться в себе. Ходите на выставки. Встречайтесь с людьми. Знакомьтесь с теми, кто организует новые проекты. Налаживайте связи с коллегами, только-только открывающими свои галереи, независимыми кураторами, аспирантами-искусствоведами, начинающими журналистами и блогерами.

Это важно, потому что люди растут. Маленькие галереи превращаются в крупные, независимые кураторы устраиваются в известные галереи, аспиранты защищают диссертации и становятся влиятельными академиками».

Шеннон Стреттон, художница и директор галереи ThreeWalls (Чикаго)

Подтверждение

Вы наверняка захотите, чтобы покупатели согласились со всем, что вы изложите в инвойсе. Для этого можно либо добавить строчку для подписи в конце документа (только не забудьте сохранить копию подписанного инвойса), либо же добавить такую фразу: *«Квитанция об оплате свидетельствует о том, что покупатель ознакомлен(а) и согласен(а) со всеми вышеозначенными условиями»* (или *«Выплатив означенную выше сумму, вы тем самым соглашаетесь с условиями, изложенными в данном документе»*).

ШАПКА
Контактная информация

23 сентября 2015 г.

Продано
Имя коллекционера
90210, Калифорния, Лос-Анджелес,
бульвар Саншайн, 4567

Инвойс № 00100



Имя автора
Лейзаж 2, 2015 г.
пигментная печать, экз. 4/5
51 × 61 см
№ 35


\$ _____

промежуточный итог _____

доставка _____

налог _____

итого \$ _____

ШАПКА Контактная информация	
23 сентября 2015 г.	
Продано Имя коллекционера 90210, Калифорния, Лос-Анджелес, бульвар Саншайн, 4567	
Инвойс № 00100	
 изображение	Имя автора <i>Пейзаж 2, 2015 г.</i> пигментная печать, экз. 4/5 51 × 61 см № 35
	\$ _____
	промежуточный итог _____
	доставка _____
	налог _____
	итого \$ _____
<p>Оплату необходимо осуществить в течение 30 дней после получения настоящего инвойса. Товар не будет доставлен покупателю до факта полной выплаты оговоренной суммы.</p> <p>Как покупатель вы ответственны за безопасность транспортировки. Авторские права на произведение остаются за мной. Мне будет предоставлена возможность использования данного произведения в качестве выставочного экспоната в музее, галерее или подобной организации.</p> <p>Если вы решите продать это произведение, я имею приоритетное право его купить. Выплатив означенную выше сумму, вы тем самым соглашаетесь с условиями, изложенными в данном документе.</p>	

И еще кое-что

Все, что написано выше, – наиболее типичные элементы, из которых состоит инвойс. Ваше же конкретное произведение может потребовать каких-то дополнительных условий. Главное – попытаться предугадать как можно больше. Например, если ваше произведение задумано и создано недолговечным, вам, вероятно, следует указать это в инвойсе. Если его необходимо периодически поливать или оно нуждается в каком-то специфическом уходе, не забудьте составить соответствующую инструкцию (можно на отдельном листе).

Здесь приведены два образца. Первый содержит минимум информации, второй – более подробный.

Кстати, не продавайте все, что у вас есть. Как бы ни уговаривали вас галереи и коллекционеры продать им вообще все, связанное с производением, оставьте себе хотя бы один экземпляр или оттиск. Возможность сравнить себя нынешнего с собой прошлым позволяет проследить свое творческое развитие, и простых изображений работ (фотографий или копий) для этого недостаточно. Это может задать перспективу и вдохновить. Рано или поздно это непременно окупится.

К слову о юридических проблемах: если я захочу использовать произведения других людей, создавая свое, как я могу быть уверен, что не нарушу ничьих авторских прав?

К сожалению, никак. По крайней мере до тех пор, пока вас не потащат в суд. Куда лучше и безопаснее спросить совета у профессионала перед тем, как сделать что-нибудь безрассудное. Иначе вы играете с огнем.

Самое большое заблуждение – что вы чисты перед законом, потому что «более 20 % произведения подверглось изменениям», или «произведение увеличено более чем на 30 %», или сделана еще какая-нибудь ерунда со сколькими-то там процентами. Это все глупости.

Закон говорит об «изменениях» в произведении, но разные судебные инстанции трактуют это по-разному. Недавно, например, на одном судебном заседании прозвучало, что понятие «изменение» относится к замыслу произведения, а не к его материальному воплощению. То есть дело не в том, увеличите ли вы чужую фотографию в три раза или стилизуете ее под живопись, а в том, насколько замысел вашего произведения отличается от замысла оригинала. Но это лишь единичный пример интерпретации закона, и нет гарантий, что, пока вы читаете эту книгу, не появятся новых стандартов или мнений.

Проблем не возникнет, если у вас есть лицензия. Лицензия – это формальное разрешение владельца авторских прав, позволяющее другим лицам использовать его работу, защищенную законом об авторском праве. Обычно за лицензию нужно заплатить, пытаться заполучить ее насильно не стоит.

Другой безопасный способ – использовать изображения, являющиеся «общественным достоянием», то есть уже не охраняемые законом об авторском праве. По закону все, что опубликовано до 1923 года, сейчас является общественным достоянием¹⁰. Однако почему-то очень сложно, порой до смешного, выяснить, будет ли общественным достоянием работа, опубликованная после 1923 года. Еще раз: хотите быть абсолютно уверенным – посоветуйтесь с юристом.

¹⁰ Согласно закону об авторском праве, действующему в США, любые произведения, опубликованные до 1 января 1923-го на территории Соединенных Штатов, являются общественным достоянием. Что касается России, в общем случае произведение переходит в общественное достояние, если с года смерти его автора прошло 70 лет (до 2004 года этот срок составлял 50 лет). Если автор работал во время Великой Отечественной войны или участвовал в ней, то срок охраны авторских прав увеличивается на 4 года (то есть становится 74 года с года смерти автора). Если автор был посмертно реабилитирован после репрессий, то срок охраны прав начинает действовать с 1 января года, следующего за годом реабилитации, и составляет также 70 лет. Все эти правила не применяются в случае, если пятидесятилетний срок действия авторского права или смежных прав истек к 1 января 1993 года. – *Прим. ред.*

На помощь!

Есть несколько вещей, с которыми вам самостоятельно не справиться, нечего даже и пытаться. Например, операция на открытом сердце. Даже если вы представляете себе, как зафиксировать сломанную ногу, наложение гипса лучше доверить профессионалам. Это же касается и вопросов, связанных со страховкой и налогами, а также юридических проблем.

Страхование имущества

Необходимость такой страховки далеко не так очевидна, но, поверьте на слово, вам следует об этом задуматься. Стоит она немного, но случись в вашей жизни ситуация, когда вам придется ею воспользоваться, ощущение будет такое, будто она спасла вам жизнь. По умолчанию она распространяется на все имущество, которое находится у вас в квартире или мастерской. В случае ограбления, пожара или любой другой катастрофы страховая компания выпишет вам чек на приличную сумму, что позволит возместить понесенный ущерб. Конечно, страховка не вернет утраченные работы, но хотя бы покроет ущерб, причиненный оборудованию и материалам.

Юридические проблемы

Если у вас с кем-нибудь имеются правовые разногласия, наймите адвоката. Не пытайтесь разрешить ситуацию самостоятельно (попытайтесь лучше вообще ее избежать, решая все проблемы до того, как они выйдут из-под контроля; но если кто-то все же пытается вовлечь вас в тяжбу, доверьте дело профессионалу). Правовая помощь не будет лишней и при заключении договоров, решении вопросов аренды и в других обстоятельствах, которые чреватны неприятностями, если пустить их на самотек.

Оставаясь на связи

Быть частью мира искусства художнику жизненно необходимо. Важно знать, что творится за окнами мастерской, и выбираться наружу при первой же возможности. Хотя бы раз в месяц ходите в галереи, подпишитесь как минимум на один современный журнал, посвященный искусству, общайтесь с художниками, кураторами, галеристами и критиками, узнавайте, над чем они работают. Не менее важно регулярно получать отзывы о своем творчестве, и в первую очередь – от коллег.

Все возможности, которые открывает перед вами мир искусства, почти всегда произрастают из личных связей. Лучший по определению способ наладить такие связи – профессиональное сообщество. Нет, не поймите нас неправильно: мы не подталкиваем вас ни к поверхностным знакомствам, ни к оголтелой саморекламе. В конце концов, ни то, ни другое не способно существенно помочь вам (даже если вам это и нравится). Мы хотим, чтобы вы поняли, что вероятность стать участником коллективной выставки или встретить нужного галериста значительно возрастает, если вам помогает человек, которого вы знаете и уважаете, который знает и уважает вас.

В зависимости от склада характера обзаведение новыми знакомствами может стать для вас стрессом, серьезным делом или забавой. Не обязательно обрекать себя на неловкие разговоры на душных вечеринках. Просто общайтесь со своими друзьями и преподавателями, посещайте мероприятия, будьте открыты новым знакомствам. (Если вы стеснительны, приведите с собой друга – так гораздо легче завязать беседу. К тому же вы можете обсуждать творчество ваших собеседников, а не разглагольствовать о собственном.) О том, как завести новые знакомства, можно прочитать в главах с пятой по седьмую.

ОСНОВЫ: О ЧЕМ НУЖНО ПОМНИТЬ

- *График работы*
- *Мастерская*
- *Постоянная работа*
- *Учет*
- *Снимки и изображения*
- *Регистрация авторских прав*
- *Пресса*
- *Контакты*
- *Доходы и расходы*
- *Инвойсы*
- *Страхование имущества*

«Сосредоточьтесь на своей работе. На определенном этапе будет полезно приглашать к себе в мастерскую других художников, кураторов, писателей, ведь подобный диалог способен дать творческому процессу мощный толчок. Конечно, какое-то время придется уделить друзьям и их работе – так же, как они уделяют вам свое. Это должно идти от сердца, а не наперекор ему. Именно так происходят по-настоящему удивительные вещи».

Сара Льюис, ученый, писатель, куратор, критик, член государственного комитета по стратегии в области искусства при президенте США Бараке Обаме (Нью-Йорк)

«Я призываю молодых художников – студентов держаться вместе. Если вы хотите формировать поколение, делайте это. Главное лет через десять не потеряться в тени своих коллег, потому что после окончания обучения каждый из вас будет известен благодаря тому, что вы делали вместе».

Дэвид Гибсон, куратор и критик (Нью-Йорк)

«Думаю, идея о конкуренции среди художников – не более чем заблуждение, и пользы от нее никакой. Нет, какая-то конкуренция, конечно же, есть, но ведь у каждого художника свой путь. У каждого из нас своя траектория. Я свободно обмениваюсь информацией, потому что сама ни с кем не конкурирую».

Ли Оутс, художница (Нью-Йорк)

«Начните с тех, кого вы знаете и кто знает вас, с тех, кому интересно все, что с вами связано, будь то ваше творчество или сотрудничество с галереями, публикации о вас, ваша группа или серия выставок. Начните с тех, кого вы знаете: они – точка отсчета.

Просто будьте верны себе в том, что вы делаете, и это окупится. События начнут происходить словно сами собой, и судьба будет сводить вас с нужными людьми».

Питер Эли, куратор центра современного искусства PS1 (Нью-Йорк) и бывший куратор центра Walker Art (Миннеаполис)

Глава 3 Заявка

Чтобы воспользоваться любой профессиональной возможностью, вам понадобится каким-то образом показать свои работы. Резидентские программы и фонды требуют оформления определенных заявочных материалов, галереи просят заполнить «стандартные формы», кураторы могут захотеть взглянуть на изображения произведений, над которыми вы работаете. Каким бы ни был запрос, вам понадобится кое-что из этого списка: изображения работ (портфолио), резюме, газетные и журнальные вырезки, творческое кредо и сопроводительное письмо. Необходимость продемонстрировать сами произведения возникает крайне редко, если не сказать никогда. Поэтому заявка должна давать абсолютно точное представление о вас и вашем творчестве без необходимости посещения мастерской.

Подготовка большинства из этих материалов требует немало времени, поэтому начинайте формировать заявку прямо сейчас и обновляйте каждый раз, когда покорите пусть даже самую маленькую, но вершину. Не затягивайте! Заявка – это та самая одежда, по которой встречаются, первая возможность продать свою работу. Солидная, профессионально составленная заявка экономит вам немало времени и нервов, потому что хорошие шансы имеют странную привычку появляться на горизонте в самый последний момент, и вам придется все делать в страшной спешке. Или, допустим, вам вдруг звонит арт-дилер и просит показать ему свои работы. Явно *не самый* благоприятный момент, чтобы придумывать творческое кредо или проверять, правильно ли написаны имена в резюме.

Будьте готовы адаптировать заявку под каждый конкретный случай, потому что требования везде различаются. Даже если вы подаете заявку на участие в одной и той же резидентской программе третий год подряд, нужно обновить портфолио, чтобы наглядно продемонстрировать свой творческий рост.

Имейте как электронную версию заявки, так и обычную: у разных организаций разные вкусы. Под электронной версией мы имеем в виду файлы, которые можно в любой момент послать по электронной почте или загрузить на сайт. Просто распечатайте эти файлы, и вы получите обычную версию.

Ниже мы поговорим о наиболее востребованных материалах заявки, с которыми наверняка захочет познакомиться галерея или любая другая организация, в сотрудничестве с которой вы заинтересованы. Если же вам больше интересны гранты или, скажем, резидентские программы, шестая глава расскажет, какие еще документы вам понадобятся.

Почему бы им не посмотреть на сами работы? Это же куда лучше, чем судить по изображениям!

Люди, занимающиеся искусством, обожают смотреть на работы. Именно поэтому они этим и занимаются. Но все же есть множество причин, по которым они предпочтут сначала увидеть заявку. Вот некоторые из них:

- *Время.* Большинство просмотров – четко организованы и регламентированы по времени. Если бы эксперты ходили по мастерским и смотрели на все работы, у них больше ни на что не осталось бы времени.
- *Организация.* Редко бывает так, что решение принимает только один человек. Обычно, чтобы дать экспертную оценку, люди собираются в группы.

- *Конфиденциальность.* Большинству профессионалов необходимо время, чтобы переварить то или иное произведение, и лишь потом они будут готовы вынести ему оценку. Ваше присутствие может привести к принятию слишком поспешного решения.

А вот несколько причин, по которым вам не следует даже пытаться заставить кого-нибудь смотреть на сами работы:

- *Репутация.* Тот факт, что вы сами принесете свое уникальное произведение в галерею, может создать ощущение, что вы не особенно озабочены его сохранностью. Кураторы, галеристы и коллекционеры привыкли относиться к произведениям искусства с пиететом. И вам следует относиться к ним так же.

- *Вероятность потери.* Если вы доверяете кому-нибудь оригинал своей работы, будьте готовы больше никогда ее не увидеть. Всякое бывает.

- *Самоуважение.* Вы и вправду готовы услышать, что о вас думают другие, явившись без предупреждения и не дав им времени на объективную оценку?

«Художники постоянно спрашивают меня, что именно хотят увидеть кураторы. И раз за разом этот вопрос ставит меня в тупик. Они просто хотят увидеть ваши работы, причем профессионально представленные. Просто будьте честны перед собой и своим искусством».

Хиллари Видеман, художница и бывший менеджер галереи Artists Space (Нью-Йорк)

Портфолио

Когда к вам мастерскую приходит куратор, важнее всего ваше искусство. Это касается и портфолио: когда комиссия рассматривает вашу заявку, важнее всего изображения работ.

Что такое «стандартный пакет»?

Иногда галереи просят предоставить «стандартный пакет», не объясняя при этом, что это такое. Если вам не хватает духу спросить, имейте в виду, что от вас просят 10–20 изображений (распечатанных и записанных на диск), резюме, вырезки из прессы, сопроводительное письмо и конверт с маркой и подписанным адресом.

Бывает (и нередко), что в качестве портфолио принимают только работы, но имейте в виду: когда вас просят прислать портфолио, подразумевают именно весь пакет заявочных материалов, а не сами произведения. Это же имеется в виду под просьбой прислать «документы».

Всегда указывайте размеры работ в формате длина × ширина × высота.

Какие изображения не стоит посылать?

Снимки экрана, ксерокопии, фотографии, на которых изображена только часть произведения, рекламные буклеты и открытки. Посылайте только то, о чем вас просят.

Изображения двумерных и трехмерных произведений

Изображения произведений у вас уже есть: вы же прочитали вторую главу. Выберите 10–20 из них, показывающих ваши лучшие работы. Если важна поверхность произведения (например, его форма сложна и замысловата или оно трехмерное), наш совет – включите в портфолио снимки не только работы целиком, но и ее отдельных элементов. Если важны размеры и сочетание различных частей произведения, выберите снимки, фиксирующие всю инсталляцию.

Включайте в портфолио самые свежие работы. Впрочем, можно добавить и парочку старых, если они важны для общей картины. Но скелет портфолио должны составить именно новейшие произведения: люди хотят видеть, что собой представляет ваше творчество здесь и сейчас.

Научитесь редактировать изображения на компьютере: изменять их размер и разрешение. Каждое изображение должно быть как минимум в двух форматах:

1. 8 на 10 дюймов, 300 точек на дюйм – для печати и публикации в журналах и газетах;
2. 8 на 10 дюймов, 72 точки на дюйм – для диска с заявкой, собственного сайта (об этом – в четвертой главе) или чтобы показать людям на компьютере (об этом – в разделе «Мастерская в кармане» в пятой главе).

Эти размеры, конечно, непостоянны и будут меняться вместе с развитием Интернета и электронной почты.

Не забудьте маркировать цифровое изображение перед тем, как посылать его кому-нибудь. Укажите название произведения, свое имя или и то, и другое прямо в названии файла. Вне зависимости от того, под каким именем вы сохраняете файлы, пропишите

в письме всю основную информацию: название, год, материалы или носители, размеры или длительность и количество экземпляров (если их больше одного).

Конечно, мы не можем знать обо всех требованиях всех на свете сайтов и галерей, поэтому всегда уточняйте, какого именно размера, разрешения и формата должно быть изображение. Проверьте, не сделали ли вы ошибок в описании, открывается ли файл на других компьютерах (можно проверить у друга), и лишь потом посылайте. Перед публикацией на сайте используйте функцию предварительного просмотра. Иными словами, не заставляйте людей пытаться открыть некорректный файл или преодолевать способные довести до белого каления технические препоны: это отвлечет от самого главного – вашего искусства.

На диск можно добавить информацию о произведении с его изображением, можно – библиотеку изображений, к которой не помешает приложить и распечатанный вариант. Библиотека изображений позволит интересующемуся получить широкое представление о вашем творчестве – это очень важно, важнее, чем вы можете себе представить. Если вдруг изображение плохо передает реальные размеры произведения или материалы, которыми оно выполнено, его могут истолковать превратно, а то и вовсе проигнорировать.

Сложные инсталляции, видео- или аудиопроизведения, динамические работы, перформансы и временные проекты лучше фиксировать на камеру. Для всего остального достаточно фотографий.

Рекомендации по записи изображений на диск

- *Сохраняйте изображения разных работ в разные папки. Резюме, творческое кредо и заметки из прессы храните отдельно.*
- *Убедитесь, что изображения расположены в нужном порядке: можно начинать название каждого файла порядковым номером (например, 1-Пейзаж, 2-Пейзаж и т. д.). А еще лучше (хотя и не обязательно) сделать PDF-файл или презентацию в PowerPoint – так уж точно нужный порядок не будет нарушен, к тому же вы сможете добавить текст с пояснениями, которые помогут понять ваше творчество.*
- *Не забудьте отредактировать. Хотя на диске может и остаться много места, удержитесь от искушения заполнить его до отказа. Покажите, что понимаете необходимость редактирования и умеете следовать инструкциям. Помните: не больше 10–20 изображений.*
- *Перед тем как нести диск на почту, удостоверьтесь, что он читается. Вы не поверите, если узнаете, сколько заявок укомплектовано нечитаемыми дисками! Не надейтесь, что вас в случае чего попросят прислать еще один.*

Видеоматериалы

Если вы создаете перформансы или обращаетесь к новым медиа-технологиям, ваши работы динамические или включают в себя аудио- и видеоэлементы, проследите, чтобы в портфолио попали как изображения, так и киноматериалы. Конечно, вам придется попотеть куда сильнее, чем художникам, создающим двух- или трехмерные произведения. Никаких универсальных рекомендаций здесь не существует. Предугадать, что именно потребуется для заявки, очень сложно, почти невозможно. Тем не менее существует несколько вещей, которые вам однозначно стоит сделать заранее.

Большинство организаций просят включить в заявку два-три видеоматериала, так что было бы неплохо сразу выбрать тройку лучших из своих работ.

Можно сделать несколько версий каждой из них: не сомневайтесь, рано или поздно они все пригодятся – не для одной заявки, так для другой. Стоп-кадры, представляющие ваши работы в виде списка файлов на диске, – первое, что видит человек, в котором вы заинтересованы. Так что выбирайте их с умом – пускай они сразу привлекают внимание.

Видеоматериалы вас, скорее всего, попросят сократить до трех-пяти минут. Так что если вы заранее подготовите трех- и пятиминутные версии, то впоследствии избавите себя от лишней головной боли (если же ваш ролик уже короче трех минут, можете расслабиться).

Некоторые комиссии просят сделать видеонарезку, создание которой потребует немалых усилий. Все ваше творчество должно уместиться в одном ролике минут на пять. Сколько из этих пяти минут уделить каждому конкретному произведению, решать вам. А еще вам решать, нужен ли переход от одного произведения к другому и, если нужен, какой именно. В любом случае он не должен быть чересчур сложным и мудреным, чтобы не отвлекать зрителя от ваших произведений.

Не забудьте сделать заставку с вашим именем и названиями работ перед основным видеорядом (или просто включите эту информацию в стартовое меню) и обязательно подпишите сам диск. Укажите длительность ролика и снимите ограничение на возможность перемотки: помните, что кураторам и галеристам приходится просматривать множество видео, так что не стоит лишний раз нервировать их, блокируя управление.

Узнайте заранее, какое именно оборудование будет использоваться при просмотре, и убедитесь, что ваш носитель будет на нем читаться.

«Я могу перечислить множество художников, заявки которых отклонили только потому, что они присылали действительно кошмарные изображения своих работ. Не забывайте, что мы видим изображения, а не сами работы. Если перед вами на столе три сотни заявок и вдруг попадает одна с абсолютно паршивыми изображениями, знакомиться с ней – слишком много чести. Она просто теряется».

Джозеф Хейвел, художник и руководитель программы Core (Хьюстон)

«Я всегда говорю студентам, чтобы прикладывали лучшие изображения своих работ. Не самые лучшие работы, а именно самые лучшие изображения. Я участвовал в работе множества комиссий и хорошо знаю, что иногда за день приходится просматривать сотни изображений. Прежде чем на ваше творчество взглянут по-настоящему серьезно, члены комиссии должны захотеть остановить проектор. Так что да – первоклассные изображения. Конечно, не будет ничего страшного, если вы вдруг решите вставить в свою заявку не лучшее изображение, но рассказывающие о вашем творчестве что-то настолько важное, что комиссия просто обязана это знать. Но костяк должен быть сногшибательным».

Чарльз Лонг, художник (Маунт-Болди, Калифорния)

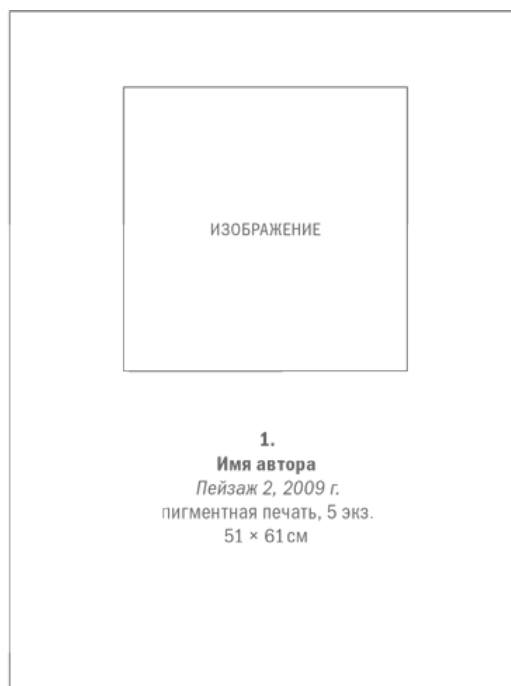
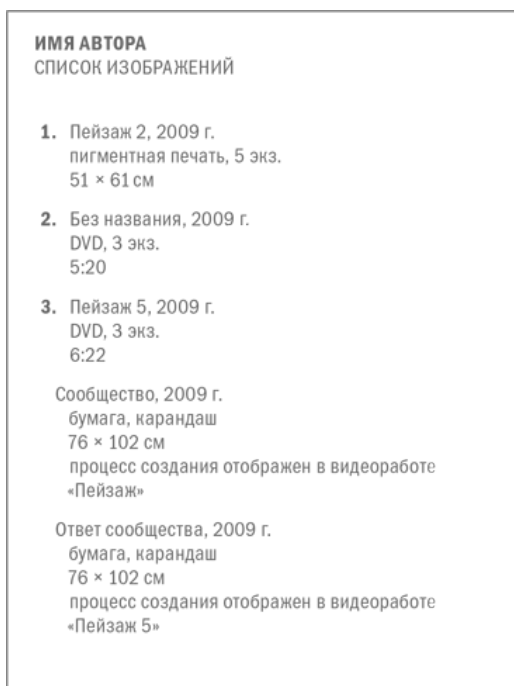
«Мы просим десять изображений, а нам приносят копию жесткого диска ноутбука. Но я же не прошу двести! Я прошу десять, поэтому и просмотрю только десяток первых. Если они не ахти, у вас нет шансов. И я не собираюсь тратить пять часов на просмотр десяти получасовых видеороликов».

Дело не в том, что вы мне неинтересны, просто таких, как вы, у меня еще четыреста девяносто девять человек!»

Бен Хейвуд, директор галереи Soap Factory (Миннеаполис)

Распечатанные изображения

Правило номер один при составлении обычной версии заявки – высококачественная печать изображений. Печатайте на той бумаге, на которой ваша работа будет выглядеть лучше всего: глянцевой или матовой, текстурированной или гладкой. Это самые простые решения, которые не в последнюю очередь повлияют на восприятие ваших работ. Но, как и все остальное в вашей заявке, размеры и особенности макета изображения зависят от конкретных требований. Укажите свое имя, название работы, год, материалы (или носители), размеры (или длительность) и количество экземпляров (если их больше одного) на странице с изображением или отдельном листе. Первый вариант лучше и нагляднее, если, конечно, вы сможете сделать это на должном уровне, поскольку лист с описанием работ может просто потеряться.



Подумайте, как именно вы представите свои изображения: все вместе или каждое на отдельной странице? В папке, на скоросшивателе или переплетенные? Ваше портфолио не должно развалиться за секунду до презентации! Потратьте некоторое время и отберите работы, которые войдут в портфолио. Не придумывайте замысловатый или дорогостоящий вариант оформления. Главное, чтобы ваши работы хорошо выглядели.

Приложите к заявке диск с этими же изображениями, чтобы люди, которым они понравятся в напечатанном виде, смогли взглянуть и на цифровые изображения, где лучше переданы цвета и детали.

Резюме

Резюме включает весь тот опыт работы, который вы имеете в области *искусства*: про все прочее писать не нужно. В резюме не должно быть ничего лишнего – все кратко, четко и по делу. Информация, которую вы о себе сообщаете, должна быть простой и понятной. Если вы начинающий художник, ограничьтесь одной страницей. Сколь много вы ни хотели бы о себе рассказать, не мельчите: чтение текста, набранного шрифтом меньше 10, требует изрядных усилий.

Чтобы не переживать о чересчур большом объеме, сначала составьте основное резюме или CV¹¹, которое затем сможете легко адаптировать (расширить или сократить) под каждый конкретный случай. Посмотрите на резюме художников на сайте любой галереи – они оформлены именно так, как требует эта галерея. Взгляните и на резюме известных художников, которые вам интересны. Попробуйте подражать им, в этом нет ничего зазорного.

Только помните: никаких опечаток и ошибок. Нет, серьезно! Ваше резюме должно выглядеть профессионально как минимум потому, что вы хотите показать себя профессионалом. Так что попросите кого-нибудь проверить текст на наличие опечаток и ошибок перед тем, как рассылать резюме. Двойной пробел между словами – это ошибка. Если в начале документа разделили два слова запятой, а ближе к середине передумали и решили разделять их слешем¹² – это тоже ошибка. А если вы в одном заголовке пишете Каждое Слово с Прописной Буквы, а в другом – включаете Caps Lock и ИСПОЛЬЗУЕТЕ ТОЛЬКО ПРОПИСНЫЕ, угадайте, что это? Опять ошибка!

Расскажем о наиболее часто встречающихся разделах резюме любого художника.

«Чем компактнее информация, записанная на том диске, который вы мне присылаете, тем лучше. Бывает так, что открываешь диск, а там полсотни изображений, и они в таком беспорядке, словно их толпа народа туда записывала. Мне больше по вкусу скромная, аккуратно сделанная презентация».

Хизер Тейлор, галерея Тейлор де Кордова (Лос-Анджелес)

«“Лучше меньше да лучше” – фраза, которые многие почему-то забывают, когда дело доходит до подачи заявок. Хотя некоторые вообще не понимают, что это значит. Когда вы подаете заявку, вам важно, чтобы комиссия узнала вас как женщину, пишущую воробьев. Не коров – им вряд ли будут интересны ваши коровы. Как, впрочем, и все остальное. Да, возможно, такой подход слишком узок, и вы не расскажете о себе всего, что хотелось бы. Но все, что им надо знать, – есть предмет, который вы пишете идеально».

Криста Блетчфорд, художница, директор по поддержке художников фонда Джоан Митчелл, бывший куратор учебных программ для художников Нью-Йоркского фонда искусств (Нью-Йорк)

¹¹ CV, curriculum vitae (*лат.*) – краткое описание жизни и профессиональных навыков. Термины «CV» и «резюме» в России часто применяются как полные синонимы и обозначают документ, который соискатель предоставляет потенциальному работодателю, выставляя свою кандидатуру на открытую вакансию. В других странах CV и резюме могут означать различные документы. Главное отличие – CV содержит подробную информацию о кандидате и может занимать с десятков страниц формата А4. – *Прим. ред.*

¹² Слеш (/) – типографский знак в виде тонкой прямой линии, наклонной вправо. – *Прим. пер.*

Контактная информация

Исходите из принципа «необходимого знания». Вы же не интервью телевидению даете, а просто хотите быть уверены, что тот, кто читает ваше резюме, будет знать, кто вы и как вас найти. Укажите свое имя, почтовый адрес, номер телефона, адрес электронной почты и личного сайта (вы же очень-очень хотите, чтобы нужный человек вас нашел). Многие пишут год и место рождения и перечисляют места, где работают и живут, но это необязательно.

Свою фотографию добавлять не нужно, если, конечно, она не часть вашей работы. Ее отсутствие никак не скажется на решении сотрудничать с вами, а лишь отвлечет от сути, а то и вовсе будет выглядеть глупо. Даже если вы чертовски привлекательны.

Чтобы добиться своего, важно быть последовательным и постоянным. Подумайте, как именно ваше имя лучше всего выглядит, и именно так его каждый раз и пишете: хотите – с прозвищем, хотите – с инициалом второго имени или отчества, хотите – с чем хотите.

Образование

Год окончания, образовательное учреждение, специализация.

Какой бы порядок вы ни выбрали, придерживайтесь его во всех разделах. Начинаете с года здесь – начинайте с года везде. Про школу писать не стоит, указывайте только профессиональное (среднее или высшее) образование. Темы курсовых работ и средний балл диплома тоже будут лишними: вы же не работу ищите (кроме тех случаев, когда вы ее все-таки ищите, если вы понимаете, о чем мы).

Не пишите в своем резюме слов вроде «цель» или «задача». Это древний стереотип, в нем чувствуется корпоративный дух, но сейчас это никому не интересно. Ваши цели и задачи очевидны – получить то, для чего вы, собственно говоря, и составляли резюме.

В чем разница между CV и резюме?

CV – обобщенное и подробное, шаг за шагом, описание вашей карьеры. Резюме – его сокращенная и адаптированная версия. CV можно разместить у себя на сайте (читайте об этом в четвертой главе), резюме же прикладывают к заявкам.

Персональные выставки

Год, название, место проведения, город.

Перечисляйте выставки в обратном хронологическом порядке, начиная с последних. Можете даже начать с тех, которые состоятся в ближайшем будущем (если они, конечно, подтверждены).

Дело тут вовсе не в количестве: галерея захочет убедиться, в хорошей ли вы форме и на каком этапе творческого пути находитесь. Сильно ли отличаются программы галерей, в которых вы выставлялись? Просмотрите резюме художников, сотрудничающих с галереей, которой вы посылаете свои материалы. Выставлялись ли вы в галереях, работавших с художниками вашего калибра? Обратите на это особое внимание, когда будете подгонять резюме (и, соответственно, список своих выставок) под конкретную галерею.

Если за всю карьеру у вас было меньше четырех выставок, назовите раздел «Избранные выставки» или просто «Выставки» и перечислите все, в которых принимали участие (вместо того, чтобы создавать отдельный раздел для групповых выставок), и просто отметьте персональные (если, конечно, таковые были).

Групповые выставки

Год, название выставки, место проведения, город, куратор или член комиссии.

Когда вы только начинаете, люди хотят увидеть, что вы работаете активно и увлеченно. Скажем так: лучше иметь за плечами ряд выставок в местах с негромкими именами, чем одну в месте с именем погромче.

В последующем в название этого раздела можно добавить слово «избранные» – это будет лучше, чем составлять многотомную энциклопедию своих достижений. Укажите имена кураторов и все посвященные выставкам каталоги. Не стесняйтесь исключать из этого списка менее значимые пункты, заменяя их более значимыми: серьезные галереи в крупных городах вряд ли будут особо впечатлены выставками «со свободным участием» или ярмарками, проводимыми в магазинах и кафе. Нет, они совсем не так плохи, как могут показаться, и, возможно будут единственным доступным вариантом в начале творческого пути. В этом случае просто не пишите в резюме слова «кафе» или «ресторан», если только они не входят в официальное название, и поищите альтернативные возможности или некоммерческие площадки для пушшего разнообразия (о том, как искать площадки, подробно написано в седьмой главе).

Резидентские программы

Год, наименование, местоположение.

Особое внимание орфографии!

Награды, гранты и стипендии

Год, наименование, описание.

Если наименования недостаточно, чтобы полностью отразить суть, добавьте от себя краткое описание. Можете приложить образцы работ и отчеты о выездных выставках (не забудьте назвать раздел соответствующим образом).

Пресса

Для печатных изданий – автор, название статьи, название издания, дата выпуска, раздел и/или номера страниц.

Для интернет-публикаций – автор, название публикации, название блога или сайта, дата размещения, полная ссылка.

Для теле- или радиосюжетов и интервью – имя корреспондента или ведущего, название передачи и рубрики, канал, дата выхода в эфир.

Критически подходите ко всему, что собираетесь написать в этом разделе. Интернет-публикации – тоже пресса. Популярный и уважаемый блог, посвященный искусству, или интернет-журнал – тоже пресса. А вот преисполненный восторга твит вашей двоюродной сестры – не пресса.

Конечно, далеко не каждый согласится с нашей идеей о значимости интернет-публикаций, так что не удивляйтесь, если вас попытаются отсоветовать от включения их в резюме. Например, Ли Коннер, директор галереи современного искусства Коннер в Вашингтоне, так отзывается о любительской интернет-журналистике: «Зачастую блогеры, пишущие об искусстве, не имеют ни соответствующего образования, ни сколь-нибудь объективного представления о мире искусства, ни даже опыта журналистской работы. Поэтому их суждения нередко бывают поверхностными, а выводы – надуманными». А еще она сказала: «Включать в свое резюме публикации в блогах – неосмотрительная глупость». И ведь не одна она так считает.

«Я смотрю на то, выставлялся ли художник в галереях, которые близки ему по духу. Потому что если да – значит он проделал хорошую работу по поиску того, что для него по-настоящему важно. Узнайте, какие выставки устраивает галерея и кто, кроме вас, в них принимает участие. Нет гарантий, что там не будет художников, которые галерею не симпатичны, но шансы на это не особенно велики».

Эдвард Уинклман, галерея Уинклмана (Нью-Йорк)

Коллекции

Имя коллекционера, город.

Впрочем, не беспокойтесь об этом, покуда ваши работы не попали в музей или руки известных коллекционеров. Без этого раздела резюме вполне имеет право на существование, особенно если вы только начали свою карьеру.

«Вы должны рассказать о своих выставках, образовании, откуда вы родом. Эти основные моменты могут стать темой для разговора с куратором или галеристом: “О, да вы родились в таком-то городе и начали учебу в таком-то году! Вы, случайно, не знакомы с тем-то и тем-то?” Кроме того, в начале карьеры очень важен тот факт, что вы регулярно выставляетесь. Если вы родились в 1986 году, никто и не рассчитывает, что у вас за плечами множество персональных выставок в известнейших галереях мира».

Эми Смит-Стюарт, куратор Музея современного искусства Олдрича (Риджфилд, Коннектикут), бывший куратор PSI (Нью-Йорк)

«Недавно я заглянула в мастерскую к одной вполне уже опытной, но до сих пор не получившей широкое признание художнице. Я была потрясена: в каком количестве известных музеев, судя по ее резюме, она только не выставлялась! Причем она пробивалась сама, без поддержки галерей. Мне всегда нравилось ее творчество, но ее резюме поразило меня куда сильнее».

Лорен Молина, владелица и директор галереи Ванк (Лос-Анджелес)

«Да, я читаю резюме. И если человек, имеющий в багаже семь лет выставок, не догадался исключить из списка какой-нибудь ресторан или кафе, это наталкивает меня на определенные мысли. Без разбору, как говорится».

Ли Коннер, галерея современного искусства Коннер (Вашингтон)

СМЕЖНЫЙ ОПЫТ

«Смежный» означает связанный с вашим творчеством. Обладаете таким? Очевидно, что работа официантом не имеет к этому никакого отношения, как и техническая работа в галерее или музее. Даже преподавание керамики не связано с ним, если вы творите в формате видео. Нет, то есть связано, конечно, если ваши видеоработы – о керамике, но, надеюсь, идея понятна. А если вам приходилось курировать выставку? Это, пожалуй, подойдет. Повторимся: вы не ищете работу, вы просто рассказываете о себе, так что пишите только о том опыте, который *на самом деле* связан с вашим творчеством.

Как и в случае с «Коллекциями», включать ли этот раздел в резюме вообще, решать вам.

Если первые три раздела обязательны и должны идти именно в том порядке, в котором они здесь обозначены (просто потому, что содержат информацию, которая будет интересна всем без исключения и именно в первую очередь), остальные разделы вы вольны называть, располагать и комбинировать на свое усмотрение в зависимости от того, что именно представляет из себя ваше творчество и на каком этапе пути вы находитесь. И к черту правило одной страницы, если достойная чужих глаз информация занимает куда больше. Посмотрите несколько образцов резюме – возможно, они вам помогут.

ШАПКА
контактная информация и адрес сайта

Имя автора

Год и место рождения

Проживает и работает в городе N

ОБРАЗОВАНИЕ

Год Специализация, учебное заведение, город

Год Специализация, учебное заведение, город

ИЗБРАННЫЕ ВЫСТАВКИ

Год Название, организация, город (персональная)
Название, курировалась Важным Куратором, организация, город
Название, организация, город

Год Название, организация, город
Название, организация, город
Название, организация, город (каталог)
Название, организация, город

Год Название, организация, город (персональная)
Название, организация, город

Год Название, организация, город

ПУБЛИКАЦИИ

Год Фамилия и имя, название, место публикации, дата, страницы
Фамилия и имя, название, место публикации, дата, страницы

Год Название каталога, издательство

Год Название каталога, издано самостоятельно

НАГРАДЫ И РЕЗИДЕНТСКИЕ ПРОГРАММЫ

Год Название или описание, город

Год Название или описание, город

Публикации

Год Фамилия и имя, название, место публикации, дата, страницы
Фамилия и имя, название, место публикации, дата, страницы

Год Фамилия и имя, название, место публикации, дата, страницы
Фамилия и имя, название, сайт, дата
Фамилия и имя, название, место публикации, дата, страницы

Награды и резидентские программы

Год Название или описание, город

Год Название или описание, город

Год Название или описание, город

Каталоги

Год Название, издательство

Год Название, издательство

Образование

Год Специализация, учебное заведение, город

Год Специализация, учебное заведение, город

Преподавание

Год Должность, учебное заведение, подразделение, город

Год Должность, учебное заведение, подразделение, город

**МАМОЧКА, А РАССКАЖИ МНЕ
ПРО ГЕНДЕРНУЮ ПОЛИТИКУ
ПОСТКОЛОНИАЛЬНОГО ПЕРИОДА.**



ШАПКА
Контактная информация

ИМЯ АВТОРА

Год и место рождения

ОБРАЗОВАНИЕ

Год

Специализация, учебное заведение, город

ИЗБРАННЫЕ ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ВЫСТАВКИ

Год

Название, организация, город

Название, организация, город

Год

Название, организация, город

Название, организация, город

Название, организация, город

Год

Название, организация, город

Название, организация, город

Название, организация, город

ИЗБРАННЫЕ ГРУППОВЫЕ ВЫСТАВКИ

Год

Название, организация, город (куратором Имя Куратора)

Название, организация, город

Год

Название, организация, город

Название, организация, город

Название, организация, город

Год

Название, организация, город

Название, организация, город

ИЗБРАННЫЕ ПУБЛИКАЦИИ

Год

Фамилия и имя, название, место публикации, дата, страницы

Фамилия и имя, название, место публикации, дата, страницы

Фамилия и имя, название, место публикации, дата, страницы

Год

Название каталога, издательство

Фамилия и имя, название, место публикации, дата, страницы

Год

Фамилия и имя, название, место публикации, дата, страницы

Сайт, ссылка, дата

Фамилия и имя, название, место публикации, дата, страницы

НАГРАДЫ И ГРАНТЫ

Год

Награда, грант или стипендия

Год

Резидентская программа, город

Год

Награда, грант или стипендия

КОЛЛЕКЦИИ

Название коллекции или имя коллекционера, местонахождение

Название коллекции или имя коллекционера, местонахождение

Название коллекции или имя коллекционера, местонахождение

Название коллекции или имя коллекционера, местонахождение

КУРАТОРСКИЕ ПРОЕКТЫ

Год

Название, организация, город

Год

Название, в сотрудничестве с куратором Имя куратора,

организация, город

Не отправляйте файл, созданный в Word: при открытии на другом компьютере может полететь форматирование, что сведет на нет все ваши усилия. Конвертируйте документ (или его отсканированное изображение) в PDF или иной устойчивый формат. Вот теперь можно отправлять.

Насколько творчески я должен подходить к своей заявке?

Все сводится к тому, чтобы составить ясную, убедительную и, главное, честную заявку. Она должна быть как можно более полной, четко организованной, простой и понятной. В том, чтобы сделать ее при этом еще и красивой, ничего предосудительного нет. Это не значит, что вам нужно тратить непомерные суммы на красивую упаковку или орошать все парфюмом (парфюм, честно говоря, вообще плохая идея). Это значит, что вам стоит сделать так, чтобы изучение вашей заявки было как можно более приятным и интересным, но не отвлекающим при этом внимания от сути. Главное не перестараться, иначе комиссия может подумать, будто красивой формой вы пытаетесь компенсировать недостатки содержания.

«Всегда очень приятно смотреть на нечто, сделанное профессионально и изящно. А вызывающая и безвкусная подача напоминает мне бизнес по продаже подержанных автомобилей. Это лишь отвлекает от самих работ». *Келли Клаасмайер, критик газеты Houston Press и редактор портала glasstire.com (Хьюстон)*

«Каракули карандашом на листочке из школьной тетрадки никак на нас не действуют. А мы ведь нечто подобное и получаем! Сделайте домашнюю работу – составьте приличную заявку!» *Сара Джо Ромеро, Schroeder Romero Editions (Нью-Йорк)*

«Когда я сижу в комиссии или просматриваю студенческие заявки, первым делом я обращаю внимание на имена тех, кто писал статьи и заметки, прилагаемые к заявке». *Мишель Грабнер, художница, профессор, критик, куратор (Чикаго)*

«Пресса есть пресса. Любой галерист пытается понять две вещи: пишут ли о вас вообще и, если пишут, то кто именно. И если о вас пишет очень талантливый автор, но делает это в Интернете, а не в газете или журнале, вряд ли это на что-то повлияет». *Эдвард Уинклман, галерея Уинклмана (Нью-Йорк)*

«Не знаю, стоит ли приравнивать блоги к настоящим журналам и газетам. Тут ведь как посмотреть: если автор имеет небезынтересную точку зрения, умен и строит любопытные суждения, так это же просто здорово. Я к этому отношусь спокойно, но ведь правда, ничего же не стоит попросить своего приятеля написать заметку в блог. Поэтому не думаю, что люди когда-нибудь будут рассматривать блоги как нечто, равноценное профессиональной журналистике». *Келли Клаасмайер, критик газеты Houston Press и редактор портала glasstire.com (Хьюстон)*

«Совру, если скажу, что нет ничего обидного, когда ваши работы разносят в пух и прах. Я стараюсь смотреть на такие вещи философски, утешая себя мыслью, что настоящее искусство никогда не было особо популярным. Умом можно понять, что не все так уж и плохо, но вот сердцем... Сердце считает, что тот, кто ругает ваше искусство, ругает прежде

всего вас. И, естественно, вы отвечаете чем-то вроде: “Ой, ну конечно, простите меня, уroda”. Вы принимаете это близко к сердцу.

Фред Томаселли, художник (Нью-Йорк)

«Я думаю, что негативные отзывы лучше, чем ничего. Если ваше творчество безразлично абсолютно всем, у меня для вас плохие новости. Чтобы быть уважаемым и обсуждаемым, художнику необходимо следить за всеми проявлениями внимания к его творчеству: отзывами кураторов, критиков, галеристов и коллекционеров. В том числе и за репортажами, опубликованными в специализированных журналах».

Найт Лэндсмен, издатель журнала Artforum International Magazine

Вырезки из газет и журналов

Храните вырезки всех статей, где упоминается ваше имя, даже если это всего лишь одно предложение в обзоре групповой выставки. Лучший способ организовать свой архив – сохранить не только саму статью, но и полосы заголовка первой страницы публикации: там указаны дата и все нужные названия и заголовки. Потом вы можете склеить их вместе, при необходимости самостоятельно пронумеровав страницы. Сделайте это аккуратно, чтобы все выглядело красиво и профессионально. Можно отсканировать вырезку, чтобы иметь возможность послать ее по почте или распечатать. А можно сразу отсканировать все нужные вам элементы статьи и соединить их в Photoshop.

Интернет-версию статьи используйте в последнюю очередь – только если не удастся найти печатную: пока все на свете не стало электронным, людям будет нравиться читать статьи в привычном формате. Но если вы все же используете интернет-версию или печатной версии не существует в природе, вам все равно придется поработать с ней, чтобы заставить ее выглядеть нужным образом. Выкиньте рекламные блоки и баннеры, а также всю лишнюю информацию.

Храните оригиналы и копии всех каталогов и брошюр, в которые попали ваши работы. Будьте разборчивы в том, кому посылать оригиналы, потому что, во-первых, сколько бы их у вас ни было, запас не бесконечен, а во-вторых, зачастую это просто необязательно. В большинстве случаев вполне достаточно копий хорошего качества.

Кстати, самое время определиться, будут ли записи в блогах публикациями или все-таки нет. Если вдруг вы не захотите показывать кому-нибудь статью лишь потому, что она скопирована из некоего блога, имеющего совсем уж далекое отношение к миру искусства, – не показывайте. И уберите ее из своего резюме.

Нужно ли включать статьи с негативными отзывами? Разные люди смотрят на это по-разному. Лично мы придерживаемся принципа, сформулированного в старой присказке: не существует такого понятия, как плохая пресса. Наше кредо – включать все отзывы, даже негативные. Конечно, если только это не тотальное непонимание вашего творчества или безжалостный разгром (вроде «Вся эта выставка – абсолютный провал» или «Да из него такой же художник, как из меня – балерина»).

Пытаясь определить, насколько критично настроен к вам автор той или иной статьи, учитывайте, как остро вы в принципе реагируете на критику, чтобы не принять смешанное впечатление за резко негативное. Тот факт, что критику не понравилась ваша любимая работа, – не повод не включать статью в резюме, особенно если общий ее тон вполне хвалебный. Не забывайте, что привлечь внимание прессы нелегко в принципе, особенно на начальном этапе, поэтому если вашей работой заинтересовался критик – это уже дорогого стоит, вне зависимости от его точки зрения.

Храните электронные копии всех статей в PDF (или любом другом устойчивом формате, чьи файлы не слишком велики), чтобы их можно было легко и быстро послать по почте. Но перед этим убедитесь, нормального ли качества получается документ, если его распечатать.

«Читаю ли творческое кредо? Никогда! Никак не пойму, кто мог до такого додуматься. Если вы собираетесь подробно расписать всю подноготную своего произведения, зачем тогда вообще его создавать?»

Каждому нравятся хорошо выглядящие и ясные работы: они требуют от зрителя куда меньше усилий, чтобы их понять. Полагаю, большинство произведений содержат множество смыслов, и я не жду, что все они откроются мне сразу».

Шейн Кэмпбелл, галерея Шейна Кэмпбелла (Чикаго)

«В определенных обстоятельствах у вас могут попросить творческое кредо. Допустим, для заявки на грант или пресс-релиза предстоящей выставки. Начните с простых вещей. Пусть это будет лишь несколько предложений. После сможете дополнить в соответствии с конкретными требованиями. Ваша задача – сделать именно то, что от вас ждет организатор. Пишите простым и понятным языком. Если от вас требуется описание, использовать метафорический стиль – все равно что выстрелить себе в ногу. Подбирайте слова, которые в полной мере отразят основные идеи работ и ваши взгляды. Потом развивайте мысль, сокращайте, переписывайте. Если вам не вполне понятно, чего именно ждут от вашего творческого кредо, попросите объяснить поподробнее. И не стесняйтесь попросить образец».

Мишель Грабнер, художница, профессор, критик, куратор (Чикаго)

Я ПОДСОКРАТИЛА СВОЕ
ТВОРЧЕСКОЕ КРЕДО – ТЕПЕРЬ В НЕМ
ВСЕГО-ТО 175 СТРАНИЦ.



Творческое кредо

Почти всегда в набор документов, необходимых для подачи заявления на грант, образовательную или резидентскую программу входит творческое кредо. Если и есть в мире искусства то, что касается абсолютно всех, так это безудержная паника перед необходимостью сочинить подобный текст. Но задумай вы провести опрос среди галеристов, большинство из них скажет, что никогда их не читает. Так зачем же тогда вообще сочинять свое творческое кредо? Тем более заранее, когда еще никто об этом не просит?

Напишите-напишите: в мире искусства вращается множество людей, которые все-таки их *читают*, – кураторы, члены жюри и комиссий. И притом внимательно читают. И всерьез относятся к тому, что в них написано.

Сформулировать творческое кредо заранее стоит потому, что у большинства людей, даже и не подгоняемых страхом не успеть с этим в срок, процесс размышления над тем, что им нравится, а что нет, отнимает немало времени и сил. Начав работу над творческим кредо прямо сейчас, вы, никуда особо не торопясь, можете в любой момент сделать паузу и через несколько дней с новыми силами вернуться к его сочинению. Даже после того, как вы «закончите», перечитайте через месяц-другой написанное и исправьте то, что вам не нравится. Подойдите к этому вопросу с холодной головой. Лучше иметь крепкую, максимально обобщенную основу, которую вы сможете в любой момент адаптировать к конкретным требованиям, чем в последнюю минуту в панике что-то сочинять, формируя заявку.

В момент написания не забывайте об основной задаче творческого кредо – дать потенциальному читателю представление о том, *что* и *зачем* вы пытаетесь выразить в своем творчестве. Это поможет. Вы вовсе не должны во всех подробностях описывать свой вклад в мировое искусство или проводить детальный психологический анализ собственной мотивации – подобное может плохо сказаться на вашем здоровье (или того хуже – на творческом кредо). Ваша задача – максимально простым способом описать свои чаяния: что вы хотите сказать или показать своими работами, что вас заставляет хотеть этого. Если в вашем творческом процессе есть что-то особенное или очень важное, о чем стоит рассказать, сделайте это.

Художники иногда жалуются, что изображения работ не отражают сути их искусства. Творческое кредо – один из немногих способов прямо, *от первого лица*, рассказать об этом. С этой точки зрения хорошее творческое кредо представляет собой задокументированную версию того диалога, которой мог бы состояться, посети вашу мастерскую важный гость. Творческое кредо – отличная возможность рассказать такому человеку о себе и своих работах. Только не забывайте, что ваш потенциальный читатель вряд ли имеет диплом в области искусств и когда-нибудь занимался тем, чем занимаетесь вы. «Очевидное» вам не обязательно очевидно ему.

Помните про объем: от ста до трехсот слов. Это меньше, чем книжная страница. Ваша задача – не заставлять читателя переворачивать страницу.

«Вы хороши в том, что хорошо делаете. Никто не заставляет писателя создавать картины, точно так же никто не ждет, что в художнике, работающим над творческим кредо, вдруг проснется талант к изящной словесности. Цель творческого кредо – сформулировать и сообщить другим ваши устремления. Не перебарщивайте с витиеватым стилем и профессиональной лексикой. В большинстве случаев это может стать

камнем преткновения в диалоге между читателем и художником, особенно начинающим».

Сара Льюис, ученый, писатель, куратор, критик, член государственного комитета по стратегии в области искусства при президенте США Бараке Обаме (Нью-Йорк)

«Никакие на свете притянутые за уши теоретические выкладки не расскажут о произведении больше и лучше, чем оно само. Поэтому в первую очередь я смотрю именно на работы и лишь потом – на описание проекта. И уж совсем в последнюю очередь я, может быть, взгляну на творческое кредо художника. Я жду простых слов и конструкций, вроде “Я делаю свое дело. И я продолжу делать свое дело”. Написанные витиеватым слогом, перегруженные теорией и философствованиями заявления я читать боюсь: это же смерти подобно!

Оставьте размышления и понимание нам, читателям. Вы уже обо всем подумали и все поняли, когда создавали свои работы. Так позвольте и другим получить это удовольствие».

Шеннон Стреттон, художница и директор галереи ThreeWalls (Чикаго)

«В прошлом году я подавал заявку на грант. Мне отказали, обосновав это тем, что мое творческое кредо “недостаточно серьезно”. Меня до крайности возмущало то, что я вообще должен был этим заниматься, так что писал я чертовски иронично, даже саркастично. Поэтому-то я и прошляпил грант. Так что, если хотите преуспеть, не делайте подобных глупостей. Не злите людей, в руках которых может быть ваша судьба».

Билл Дэвенпорт, художник и критик (Хьюстон)

Каким будет стиль творческого кредо – решать вам, но прислушайтесь и к нашим советам. Мы полагаем, что творческое кредо лучше всего формулировать следующим образом:

1. Мозговой штурм.

Для начала набросайте на лист бумаге все идеи, которые приходят в голову. Смысл этого шага заключается в том, чтобы иметь их все в одном месте, а потом размышлять о каждой в подробностях: насколько она важна, насколько соотносится с остальными. Избавляться от всего лишнего вы будете гораздо позже, сейчас же – пусть будут. Будьте собой и хорошенько подумайте над тем, почему вы творите.

2. Структура.

Посмотрите на все написанное и попробуйте расположить все идеи по порядку, придать им структуру. Если что-то выходит за рамки, вычеркивайте. Не все, что родилось во время мозгового штурма, должно обязательно войти в творческое кредо.

3. Черновик.

Возьмите оставшиеся идеи и постарайтесь превратить их в предложения, а предложения – связать в абзацы. Переживать, как все это звучит, пока рано – просто пишите, как получается, и как можно быстрее.

4. Редактирование.

А вот теперь пора позаботиться о том, как все это звучит. Для начала избавьтесь от любых терминов. Поверьте, даже самые сложные и глубокие идеи можно выразить простыми словами, не прибегая к профессиональной лексике. И три слога не всегда лучше двух. Ваша задача заключается не в том, чтобы поразить читателя своим лексическим запасом. Поражайте другим – прямым, честным повествованием, которое позволит ему узнать о вашем искусстве больше. Самый эффективный способ понять, что в вашем тексте не так, –

прочитать его вслух кому-нибудь, кто знает вас достаточно хорошо, чтобы сказать, насколько творческое кредо похоже на вас.

5. Исправление ошибок.

К тому моменту, как вы доберетесь до этого шага, вам придется перечитать текст столько раз, что глаз «замылится» и вы легко пропустите самую очевидную ошибку. Попросите кого-нибудь прочитать ваше творческое кредо. Потом отложите, а через недельку перечитайте снова.

«Ну хватит уже!», или Пара слов о штампах

Вот вам несколько фраз, которые повторяются из одного творческого кредо в другое. Возможно, стоит оказать себе и будущим читателям услугу и не использовать эти штампы. В них все равно нет ни капли искренности, они лишь испортят текст и, следовательно, впечатление о вас.

«Я творю интуитивно».

«Мои работы – о значительном и незначительном».

«Мои работы – о подлинном и искусственном».

«Мое творчество – это внутреннее путешествие».

«Работы отражают мой личный опыт».

«В каждый штрих (деталь, движение – нужное подчеркнуть) я вкладываю частичку своей души».

«Впервые я взял в руки карандаши, когда мне было три».

6. И еще раз исправление ошибок.

Вы будете развиваться, и обновлять свое творческое кредо придется еще не раз. Только так оно будет отражать текущее положение дел, а не ситуацию пятилетней давности (да пусть даже и полугодовой!).

Мы не приводим примеры подобных текстов, потому что это только *ваше* творческое кредо. Оно описывает *ваши* работы и должно быть написано *вашей* рукой. Чтение чужих текстов тут никак не поможет. А вот изложенные выше инструкции – наоборот.

Вы всегда можете попросить кого-нибудь написать текст за вас. Очевидным выбором кажется друг, практикующий литературное творчество, однако собрат-художник, понимающий ваше искусство, может сформулировать ваше творческое кредо гораздо легче, чем свое собственное.

Даже когда вдохновение оставляет вас и текст ни в какую не пишется, размышления о нем заставляют вас думать о своем творчестве и его ориентирах, о работах коллег, о своем развитии и месте в искусстве. И все это хорошо повлияет на творческий процесс.

«Мне нужны существительные. Существительные и глаголы. Все остальное – сорняки. Руки так и чешутся прополоть эту грядку и уничтожить все лишнее».

Ли Коннер, галерея современного искусства Коннер (Вашингтон)

«Читая творческое кредо, я не жду от художников мастерства великих писателей. Честно говоря, писатели из них в большинстве своем никакие. И это замечательно, потому что мне не язык их нужен. Уж раз художник потратил свое время, написав этот текст, почему я не могу потратить свое, прочитав его? Он же может оказаться очень интересным! Хотя, конечно, художник не обязан корпеть над каждой буквой, стараясь создать еще одно произведение искусства».

Здорово, что в художественных школах уделяют столько времени обучению основам мастерства. Жаль только, что это оборачивается тем, что все творческие кредо написаны будто под копирку. Я бы предпочла сотни разных разговоров сотням одинаковых. Представьте, что ваш друг вдруг начинает давать вам подробные инструкции по выстраиванию с ним отношений. Так ведь не бывает: в разных ситуациях он просто ведет себя так, как привык, и вы узнаете его, знакомясь с его поведением».

Шамим Момин, директор и куратор некоммерческой организации LAND (Лос-Анджелес) и бывший куратор Музея американского искусства Уитни (Нью-Йорк)

«Работа в комиссиях по грантам или резидентским программам – одно из самых потрясающих ощущений. Бесценная возможность увидеть то, чего никогда до этого не видел. Мне всегда очень любопытно слушать, как художник рассказывает о своем творчестве, когда мы посещаем его мастерскую, или пробежать глазами сформулированное им творческое кредо в тусклом свете проектора, разглядывая на экране изображения работ».

Франклин Сирманс, куратор Музея искусств Лос-Анджелес Каунти (Лос-Анджелес) и бывший куратор музея Menil Collection (Хьюстон)

Сопроводительное письмо

Пишите сопроводительные письма для каждой новой заявки. (Про особенности составления сопроводительных писем для участия в грантах и резидентских программах мы расскажем в шестой главе.) Это неплохая возможность продемонстрировать, как много вы знаете о той программе, в которой хотите принять участие, и почему вы, собственно говоря, этого хотите. Чтобы написать сопроводительное письмо, следуйте тому же алгоритму (мозговой штурм, структура, черновик, редактирование) и тем же рекомендациям (честность и простота, отсутствие метафизической зауми и псевдоинтеллектуальной лексики), что и при формулировании творческого кредо.

При подаче заявок по электронной почте размещайте сопроводительный текст прямо в теле письма, не забудьте сделать так, чтобы он соответствовал формату сообщения, идущему выше (адреса не в счет). *Никогда* не делайте массовых рассылок заявок с одним и тем же сопроводительным текстом. Посылайте заявки по одной, обращайтесь к людям, используя их полные имена (никаких «сэр» или «мадам»). Если вы считаете, что массовая рассылка экономит вам время, подумайте вот о чем: может, вообще не стоит никому писать – так ведь еще больше сэкономите.

«Довольно часто случаются ситуации, в которых люди знакомятся с вами посредством ваших же слов. Все, что вы напишете о своем творчестве, рано или поздно окажется в пресс-релизах и обзорах. Так что если можете писать – делайте это, ведь чем больше вещей вы контролируете, тем лучше».
Эдвард Уинклман, галерея Уинклмана (Нью-Йорк)

Прилагаемые конверты

Вы можете приложить к заявке конверт с заполненным адресом и наклеенной маркой. Это очень легко сделать... и очень легко про это забыть. Но будет наивно ожидать, что кто-то вернет вам ваши материалы, если к ним не прилагается такой конверт.

Если вы рассылаете несколько заявок одновременно, заполните поле обратного адреса: укажите название организации и ее адрес. Так вы поймете, кто именно из адресатов возвращает вам материалы (если они вдруг забудут приложить письмо).

ШАПКА

Дата

Имя получателя
Название организации-получателя
12345, Кентукки, Луисвилл,
Кранберри-стрит, д. 50

Уважаемый (-ая) Имя Получателя!

Начните с того, кто вы есть и чего хотите. Если у вас с адресатом есть общие знакомые, упомяните их.

Объясните, почему вы думаете, что станете отличным выбором. Покажите, что понимаете цели и задачи их работы. Расскажите, чем вам интересна эта организация. Обязательно добавьте «Спасибо за предоставленную возможность» или что-нибудь подобное.

С уважением,
Ваша подпись
Имя

Ваше имя, 90001, Калифорния,
Лос-Анджелес, Пайнэппл-стрит, д. 20
www.vasheimya.net

Рука на пульсе

Сохраняйте голову холодной, когда отправляете заявку. Изучите расписание галереи, чтобы быть абсолютно уверенным, что не посылаете письмо в день открытия новой выставки (или даже днем позже), когда всем будет явно не до вашей заявки и она быстро потонет в водовороте новой корреспонденции. То же относится и к художественным ярмаркам: выясните, в каких именно организациях принимает участие и поостерегитесь писать им за пару дней до и через пару дней после начала события (разумеется, этот принцип не работает, если вас просят прислать материалы в определенный день или к определенному сроку).

Обычно галереи предпочитают проводить групповые выставки летом, а новые таланты искать в конце зимы – начале весны, на этот же период планируются и персональные выставки. Если вдруг до вас дойдут слухи о тематической выставке, и вы думаете, что одна из ваших работ может подойти, не мешкайте и шлите заявку организатору – галерее или куратору. Но сначала прочитайте седьмую главу.

Нужно ли платить за участие в выставке?

Необходимость платить за то, чтобы люди увидели ваши произведения, может стать неприятным сюрпризом. В некоторых ситуациях, впрочем, такой подход вполне оправдан: например, когда некоммерческая организация, проводящая выставку, вынуждена изыскивать средства, чтобы покрыть все расходы. Но вы всегда должны понимать, на что именно идут ваши деньги. Если схема выглядит туманно и неопределенно, стоит задуматься.

«На вашем месте я бы постаралась узнать как можно больше об организаторе и членах комиссии. Интернет вам в помощь: так вы сможете достаточно быстро определиться, стоит ли участвовать в выставке. Почему бы не подать заявку, если мероприятие широко освещается, а вам в начале карьеры так нужна заветная строчка в резюме? Но участие в выставке может недешево обойтись, так что подготовьтесь как можно тщательнее. Убедитесь, что организация раньше выставляла произведения, подобные вашим, – это увеличит вероятность того, что кураторы вами заинтересуются».

Андреа Поллан, владелица галереи Curator's Office (Вашингтон)

Нужно ли мне, чтобы стать успешным художником, жить в крупном городе?

Говоря коротко, нет. Конечно, крупные города полны возможностей, и самые громкие имена рождаются именно здесь, но они – всего лишь часть современного мира искусства. Творить можно где угодно. В каком бы отдаленном уголке вы ни жили и куда бы ни завела вас творческая судьба, главное – следить за тем, что происходит за границами вашего мира, с уважением относиться к местной публике и уважать тех, кто вас

поддерживает. Как сказал один галерист: “Если вы творите, у вас есть кусок хлеба и крыша над головой, не это ли повод для счастья?”»

Заявка: о чем нужно помнить

- Портфолио изображений
- Резюме
- Газетные и журнальные вырезки
- Творческое кредо
- Сопроводительное письмо
- Прилагаемые конверты



Глава 4

Сайт и визитные карточки

Сайт

Большинство профессионалов сходятся во мнении, что у художника обязательно должен быть свой сайт: так представители галерей, кураторы, коллекционеры и журналисты могут в любой момент получить доступ к самой точной и свежей информации о творчестве интересующего их автора и его личности.

В принципе, можно обойтись и самым простеньким сайтом: его несложно создать, им легко управлять, и ваши работы будут доступны самой широкой аудитории. И это единственное место (кроме мастерской, разумеется), где вы можете создать нужную вам атмосферу и тот контекст, который покажет ваши работы в наиболее выгодном свете.

Извлеките максимум из этой возможности и добавьте описание к каждому произведению. Полагаться в этом на сайты галерей не приходится: для всех своих авторов они в большинстве случаев используют один и тот же шаблон. Сделайте все по-своему!

Не знаете, как подступиться к созданию веб-страницы? Возьмите пару уроков или попросите о помощи того, кто знает. В конце концов, существует множество недорогих платформ, на основе которых можно создать несложный сайт.

«Обожаю добротные сделанные сайты о творчестве: они значительно облегчают работу кураторов и критиков. Судить о работах художника куда легче по загруженным им самим видеороликам, чем по изображениям. Даже если длительность этих роликов не превышает нескольких минут, значимость их невозможно переоценить.

Сайт галереи – все равно что витрина магазина. Но даже самая крупная витрина не способна вместить в себя весь ассортимент, да еще и представить его так, чтобы покупатель всегда видел лучшие и самые свежие товары. А вот на сайте художника контента куда больше: тут и критические отзывы, и подробная биография».

Микаэла Джованнотти, критик и куратор (Нью-Йорк)

«Допустим, я встречаюсь в Техасе с пятью разными кураторами. Они рассказывают мне о неких художниках, мне совершенно неизвестных. Я с ними не знакома, а значит, мне понадобится информация. Идеальным решением было бы попросить их прислать мне заявки, но на практике, когда часто приходится работать в условиях острой нехватки времени, это вряд ли возможно. Именно поэтому сайты были, есть и будут полезны».

Шамим Момин, директор и куратор некоммерческой организации LAND (Лос-Анджелес) и бывший куратор Музея американского искусства Уитни (Нью-Йорк)

«Я не особо рвусь тратить время на внимательное изучение портфолио каждого встречного. Оставьте документы в машине – мне нужен ваш сайт.

И десять минут, чтобы его изучить. Если у вас нет сайта – создайте, а потом пришлите мне ссылку».

Элинор Уильямс, консультант по вопросам искусства и независимый куратор (Хьюстон)

Что должно быть на сайте

Редактировать изображение для заявки – одно, но делать это для собственного сайта – совсем другое: вы не способны предугадать, как оно будет выглядеть в окне браузера. Поэтому выбирайте только те изображения, которые готовы безо всяких «но» показать кому и где угодно.

Внимательно рассмотрите свои произведения перед тем, как браться за дизайн. Какие цвета, фоны будут хорошо с ними гармонировать? Как лучше организовать навигацию сайта? К примеру, для искусства в духе минимализма вполне уместно минималистическое же оформление. А если понимание вашего творчества требует немалой теоретической подготовки и представления о культурной среде эпохи, разместите всю необходимую информацию. Посмотрите на веб-страницы интересных вам художников, галерей и некоммерческих организаций – попробуйте оценить, что удобно, а что – не очень.

Навигация сайта должна быть простой и понятной: наверняка вы хотите, чтобы путь зрителя к вашему творчеству был похож на прямую и ровную дорогу, а не на извилистую лесную тропку.

«Не иметь сайта – все равно что не иметь телефона. Хотите вы того или нет, но вам придется завести как минимум блог и выложить в нем изображения своих работ. У каждого художника должен быть собственный сайт».

Дэвид Гибсон, куратор и критик (Нью-Йорк)

Регулярно обновляйте контент – не только резюме, но вообще все: изображения, подборку публикаций, афишу выставок, биографические данные. Поставьте себя на место посетителя, который открывает раздел «Новости» и видит приглашение на выставку, которая уже два года как прошла. Что бы вы подумали? Скорее всего, что художник вообще забросил искусство.

Сайт о творчестве должен быть посвящен исключительно творчеству – никакой коммерческой деятельности. Многие художники работают фотографами или иллюстраторами. Если вы один из них, заведите для этих целей отдельный сайт, причем такой, который никто не спутает с вашим основным. У нас есть одна знакомая нью-йоркская художница, которая за деньги пишет портреты. На сайте со своим творчеством она использует девичью фамилию, а на сайте с коммерческими услугами – фамилию по мужу. Для этих целей, кстати, можно придумать и название компании.

«Всегда без колебаний готова заплатить тому, кто может сделать что-нибудь лучше меня. Иногда от меня требуется то, что выходит за пределы моего творчества. Создание сайта тому пример. Значит, я плачу веб-дизайнеру. К тому же, так я могу больше времени уделять своим работам – их созданию и продаже. Чем больше у меня времени, тем выше мой доход, и, значит, я смогу нанять того, кто поможет мне в моей работе».

Стефани Даймонд, художница (Нью-Йорк)

«Худшее, что галерея или художник может сделать со своим сайтом, – не обновлять его. Хуже некуда. “Ты только взгляни! 2006 год!”»
Келли Клаасмайер, критик газеты Houston Press и редактор портала glasstire.com (Хьюстон)

Главная страница

Именно она формирует первое впечатление о вас и вашем творчестве. Так что, хотите вы того или нет, придется уделить ей особое внимание. На главной странице должны быть ваше имя, изображение одной из работ и элементы навигации – ссылки, ведущие на другие страницы сайта. Здесь же можно разместить афишу выставок, свежие публикации, ссылки на ваши аккаунты в социальных сетях, блоги, мобильные приложения и другие важные сайты. Только знайте меру и не замусорите ее информационным шумом. Если же новостей у вас великое множество, а календарь трещит по швам от грядущих выставок, лучше спрятать их в выпадающем меню или создать для этого отдельные страницы, разместив на главной соответствующие ссылки.

Контакты

Дайте ссылку на сайт галереи, с которой сотрудничаете, и попросите ее сделать то же самое. Если же вы не работаете с галереями, укажите собственные контактные данные, чтобы с вами легко было связаться. Здесь же можно разместить и ссылки на аккаунты в соц-сетях, блоги и прочие ресурсы.

Что такое водяной знак?

Водяной знак – это прозрачный символ или слово, которое добавляется на электронное изображение, показывая, что оно защищено законом об авторском праве. Водяной знак лишает посторонних возможности использовать вашу работу в корыстных целях: даже если посетитель и сохранит изображение, оно будет с водяным знаком. Его можно сделать с помощью специальной онлайн-программы или Photoshop.

Изображения и портфолио

Основа контента – конечно же, ваше искусство, поэтому пускай на сайте будут только лучшие изображения. Подойдите к этому, как к официальному просмотру работ в своей мастерской. Поразмыслите над концепцией первого общения с посетителем: будете показывать по одной работе или сразу несколько? Новые вперемешку со старыми или в хронологическом порядке?

Обязательно предоставьте посетителю возможность посмотреть изображения в полном размере: так он сможет изучить все детали работ. Для обзорной страницы сгодятся изображения с небольшим разрешением (72 точки на дюйм) в формате JPEG: так они будут быстро загружаться. Многие галереи размещают и файлы с большим разрешением (а есть те, которые показывают их пользователю после регистрации). Здесь, однако, возникает проблема неправомерного копирования и незаконного использования: ничто не мешает сохранить изображение и использовать его в своих целях (хотя бы и продать) без вашего ведома.

Чтобы этого избежать – а многие, кстати, об этом даже и не задумываются, – используйте водяной знак (конечно же, на электронных копиях работ, а не на оригиналах).

Не забудьте указать на сайте ту же информацию, которую прилагаете к портфолио: название, год создания, материалы или носители, размеры или длительность, количество экземпляров (если их больше одного). Не помешает и краткое описание каждого изображения, если, по вашему мнению, в этом есть необходимость. Фотографии инсталляций принято размещать на отдельной странице сайта: так они воспринимаются гораздо лучше. Не важно, сделаны снимки в мастерской или в выставочном зале, – используйте только лучшие из них.



Видеоработы и съемки перформансов необязательно выкладывать полностью – достаточно коротких роликов. На случай, если кто-то захочет ознакомиться с полными версиями, оставьте ссылку на страницу с контактными данными: так вы сможете контролировать, кто и как часто смотрит ваши видеоролики, а заодно и расширите список контактов. Если разместить ролики на сайте по какой-то причине не получается, воспользуйтесь видеохостингами.

«С появлением Интернета людям стало значительно легче делать выбор или выносить суждения о чьем-либо творчестве. Он показывает все: умеренно ли ваше искусство или выходит за рамки, забавно ли оно,

интересно или причудливо. И то, что он показывает, формирует мнение. О вас и вашем творчестве».

Келли Клаасмайер, критик газеты Houston Press и редактор портала glasstire.com (Хьюстон)

«Собственный сайт – абсолютно потрясающая вещь. Самый простой способ рассказать о себе больше. Даже известным художникам это бывает нужно. Сколько раз, организуя выставку, я заглядывал к художнику на сайт и просто находил там работу, которая мне подходила. Разве не восхитительно?»

Джеймс Харрис, галерея Джеймса Харриса (Сиэтл)

Резюме

Все, что мы говорили о резюме в третьей главе, относится и к сайту. Единственное исключение – CV: здесь оно может быть сколь угодно длинным, так что смело рассказывайте о себе все, что хотите, без оглядки на предпочтения галереи. Но это не отменяет необходимости редактировать все написанное. Про работу, не связанную напрямую с искусством, рассказывать нежелательно – если, конечно, вы не преподаете искусствоведение или одну из художественных дисциплин. В этом случае опишите свой опыт в разделе «Опыт работы».

Формат сайта хорош тем, что вы легко можете давать ссылки на другие страницы вашего ресурса прямо в тексте резюме. Например, заполняя раздел групповых выставок, вы можете проверить, активна ли соответствующая страница на сайте галереи, и добавить на нее ссылку. Запись в разделе с публикациями будет вести на страницу, содержащую полный текст. Только не забывайте время от времени проверять, работают ли эти ссылки.

Убедитесь, что ваше резюме корректно отображается в окне браузера. Загрузите на сайт не только текст резюме, но и сам документ (PDF-формат будет оптимальным решением), чтобы посетитель мог легко скачать его и распечатать.

«Тексты» вместо «Пресса»

Многие художники для названия раздела с публикациями предпочитают слово с более широким значением – «Тексты» вместо «Пресса». Ведь «Тексты» – это и описания из каталогов, и цитаты из пресс-релизов, и даже заметки в блогах. Так что о глупых спорах о статусе и значимости интернет-публикаций можно забыть.

Конечно, вам захочется разместить любое, даже самое незначительное, упоминание о себе. Если оно действительно незначительное, процитируйте только те строки, в которых фигурирует ваше имя (не забыв, конечно, дать ссылку на полный текст статьи). Укажите имена авторов и название материала так же, как вы делали это в резюме и указывая публикации.

Если же о вас написано очень много, размещать на сайте все не обязательно – упомяните только самые важные и интересные публикации. Организуйте их простым и понятным образом.

И, повторимся, не забудьте проверить, удовлетворительным ли будет качество, если кто-то вдруг захочет распечатать эти материалы.

Биография (необязательно)

Это укороченная и упрощенная версия CV (от 100 до 250 слов), рассказывающая только самое главное: биографические данные, главные этапы учебной и профессиональной деятельности. Если подобных этапов немного, добавьте пару предложений, описывающих ваше творчество.

Биографии обычно пишутся от третьего лица, потому что их довольно часто включают в пресс-релизы и различные анонсы.

БИОГРАФИЯ

Для тех, кто только-только начал

[Имя] родился в [год] в [название города или страны], окончил [название университета], специализация – [название специализации]. [Имя] принимал участие в различных выставках, в том числе – [название выставки] в [название организации, города] и [название выставки] в [название организации, города]. В текущем году запланировано участие в программе [название резидентской или другой программы]. Ближайшая запланированная выставка – [название выставки] в [название организации, города]. В настоящее время [имя] живет и работает в [название города].

Для тех, у кого уже есть какой-то опыт

[Имя] живет и работает в [название города]. В [год] принимал участие в [название гранта, программы обучения или еще чего-нибудь важного]. Имеет опыт персональных выставок, например, выставки в [название организации, города] и в [название организации, города]. Среди многочисленных групповых выставок, в которых [имя] принимал участие особо следует упомянуть [название выставки] в [название организации, города] и [название выставки] в [название организации, города]. В [год] [имя] был удостоен [название премии или гранта]. Работы [имя] хранятся в коллекциях [имя] и [имя]. В настоящее время ведет работу над [краткое описание произведения] для выставки [название выставки] в [название организации, города] в [год].

Для тех, у кого богатый опыт

[Имя] окончил [название университета] в [год] с дипломом бакалавра изящных искусств и [название университета] в [год] с дипломом магистра изящных искусств. В течение X лет был сотрудником факультета [искусств, истории искусств или любого другого] [название университета]. О творчестве [имя] написан ряд статей в [название издания], [название издания] и [название издания]. Принимал участие в резидентских программах, читал курс лекций [на междугороднем или международном уровне]. Работы [имя] хранятся в таких коллекциях, как [коллекция], [коллекция] и [коллекция]. Имеет обширный опыт участия как в персональных (например, в [название организации, города], [название организации, города]) и [название организации, города]), так и в групповых выставках (например, [название выставки] в [название организации, города] и [название выставки] в [название организации, города]).

Творческое кредо (необязательно)

Несмотря на то, что огромное количество художников размещают на сайте свое творческое кредо, мы бы не советовали этого делать, если только оно не нужна, чтобы понять ваше искусство (например, концептуальность работы или уникальность творческого процесса – всего, что требует дополнительных объяснений). Хорошее творческое кредо можно написать, только если вы знаете, для чего и для кого его пишете, будь то заявка на грант или что-нибудь подобное. Нет, конечно, можно написать что-то более-менее универсальное, без рас-

чета на конкретного читателя, но подумайте, будет ли результат по-настоящему эффектен и эффективен? Ведь в основном люди приходят на сайт познакомиться с вашими работами и резюме, а творческое кредо нужно тем, кто станет рассматривать вашу заявку, а значит, и все материалы.

Ссылки (необязательно)

Другим неплохим способом показать себя посетителю и добавить вашему творчеству необходимый контекст может стать раздел со ссылками. Подобный список способен сказать о человеке столько же, сколько, например, перечень любимых книг. Дайте ссылки на страницы художников, творчество которых любите, галереи, работу которых считаете образцовой, организации, с которыми когда-либо сотрудничали, журналы и блоги, которые читаете. А еще старайтесь договариваться с их владельцами, чтобы они в ответ размещали у себя ссылку на ваш сайт.

**ЕСЛИ БЫ ВЫ СОИЗВОЛИЛИ
ПОВНИМАТЕЛЬНЕЕ ИЗУЧИТЬ
МОЙ БЛОГ, ВЫ БЫ ЗНАЛИ,
ЧТО ЗАМЫСЕЛ ЭТОГО
ПРОИЗВЕДЕНИЯ СОСТАВЛЯЮТ
МУЛЬТИЭТНИЧЕСКИЕ КУЛЬТУРЫ,
А НЕ ГЛОБАЛЬНОЕ МНОГООБРАЗИЕ.**



Цены – не лучшее решение

Вместо того чтобы указывать цену каждой работы, лучше написать что-нибудь вроде: «Пожалуйста, по поводу стоимости размещенных на сайте работ свяжитесь со мной (или с галереей) любым удобным для вас способом». На то есть несколько причин.

Во-первых, галереи обычно рассчитывают, что при ценообразовании вы учтете и их интересы. Во-вторых, вам будет легче повышать (или понижать) цены, если сумма, которую вы рассчитываете получить, еще не выставлена на всеобщее обозрение. В-третьих, у галереи, с которой вы сотрудничаете, может создаться впечатление, что вы торгуете у нее за спиной.

И еще кое-что. Главная задача сайта – знакомство посетителей с вашим творчеством. Вы хотите, чтобы человек понял то, *что* вы создаете, узнал о вас больше, пришел на вашу выставку. Лишние цифры от этого отвлекают. Они уведут от чистого восприятия искусства, заставляют посетителя задуматься о том, хочет ли он им владеть.

Впрочем, если вы зарабатываете творчеством, продавая сами работы или сопутствующие товары (вроде футболок, открыток или сумок), и не связаны обязательствами ни с одной галереей, смело размещайте цены. Хотя продажей сопутствующих товаров лучше все же заниматься на специально созданных для этого сайтах, а главный стоит посвятить исключительно искусству.

Блог

Блоги художников в последнее время становятся все более популярными – почти столь же популярными, как и их сайты. При этом создать блог куда легче: существует великое множество ресурсов, предоставляющих бесплатно (или за совсем небольшие деньги) возможность вести свой блог.

Блог это вовсе не необходимость. К примеру, более традиционное, статическое искусство нуждается в подобном формате куда меньше, чем динамическое, основанное на процессуальной или временной составляющей. Блоги хороши и для коллективного творчества. И для чего угодно, что подразумевает восприятие концепта целиком и о чем невозможно рассказать посредством одних лишь изображений. Блог в таких случаях – отличное вспомогательное средство.

Вот о чем стоит в первую очередь помнить, заводя блог:

- Его будут читать люди (кто бы мог подумать, правда?). Не пишите ничего такого, что впоследствии может обернуться против вас. И не говорите ни о ком плохо: в мире искусства сплетни распространяются с ультразвуковой скоростью, так что перемывать косточки какому-нибудь бедолаге, чье творчество вам кажется недостойным, уместнее на кухне с друзьями. Не вещайте об этом с трибуны, где вас услышит каждый.

- Перепроверяйте тексты перед публикацией. Да, блоги неформальны, но это не означает, что люди будут сквозь пальцы смотреть на ошибки и опечатки, причем не только в собственных именах, но и во всем тексте.

- Делать записи каждый день необязательно, но вы все же должны как-то подогревать интерес постоянных читателей и давать им знать, когда ждать продолжения.

- Вы не обязаны писать. Изображений вполне... впрочем, вы и так это знаете.

Многие считают, что небольших размеров визитки выглядят более стильно. На самом деле это не так. Их легко потерять, а значит, с ними больше мороки.

Визитные карточки

Галеристы и кураторы единодушны во мнении, что визитки просто необходимы. «Зачем они нужны?» – спросите вы. Во-первых, одного взгляда на карточку достаточно, чтобы без особых усилий вспомнить, как вас зовут, когда именно состоится ваша ближайшая выставка и где вас найти в Интернете. Во-вторых, вы выглядите куда более профессионально, когда отточенным жестом достаете из внутреннего кармана бумажный прямоугольник, чем когда второпях царапает адрес своего сайта на салфетке.

Размер, дизайн и содержание визитки зависят целиком от вас: 9 × 5 см (стандартная) или 9 × 14 см (размером примерно с почтовую открытку), с именем и адресом сайта на белом фоне или с парой изображений ваших работ. И если вы действительно хотите произвести впечатление, не оставляйте пустой обратную сторону визитки.

Нет визитки – воспользуйтесь пригласительным на выставку. Ну или салфеткой, и гори оно все огнем. Только заранее напечатайте на ней свои контактные данные.

«Я без ума от визиток. Когда я в следующий раз загляну к вам в открытую мастерскую, просто дайте мне карточку со своим именем на одной стороне и изображением одной из ваших работ на другой: тем самым вы облегчите жизнь нам обоим».

*Мелисса Левин, директор резиденции для художников Совета по культуре
Нижнего Манхэттена (Нью-Йорк)*

Глава 5

Откройте двери своей мастерской

Почти каждый важный шаг в карьере будет предваряться визитами в вашу мастерскую (кроме разве что резидентских программ и грантов). Гостем может стать куратор, организующий выставку и присматривающийся к вашим работам, коллекционер, желающий их приобрести, представитель галереи, заинтересованной в постоянном сотрудничестве с вами, или другой художник, имеющий что сказать о вашем творчестве.

Все они хотят посмотреть на оригиналы работ. Все они ждут от вас комментариев относительно вашего искусства. Они хотят знать, как вы творите, чем вдохновляетесь и чего ищете. Кураторы стремятся понять, насколько их понимание ваших произведений соответствует изначальному замыслу. Коллекционеры желают видеть контекст. Галеристам важно знать, достойны ли вы того, чтобы представлять вас коллекционерам, и способны ли вы лично объяснить им смысл своих работ.

Мы рассказываем об этом для того, чтобы вы поняли: чем скорее вы свыкнетесь с мыслью, что вам частенько придется принимать гостей, тем лучше. Показывать свои произведения незнакомым людям – всегда стресс, хотя бы потому, что на карту поставлено слишком многое. Поэтому настоятельно советуем вам потренироваться. Обсудите свое творчество с коллегами. Пригласите в мастерскую друзей, не имеющих никакого отношения к искусству, и позвольте им осмотреться. Чем чаще вы будете это делать, тем более непосредственно будете себя чувствовать и тем меньше нервничать во время официальных визитов.

«Чтобы впустить кого-нибудь в свою мастерскую, требуется недюжинная смелость. Но раз уж вы позволили посетителю переступить порог, будьте готовы дать ему что-то еще. Не думайте, что отделаетесь одним лишь открытием дверей».

Джаспер Шарп, куратор Музея истории искусств (Вена, Австрия)

«Когда вы чувствуете, что в вашей работе близок некий решающий, поворотный момент, когда вы создали нечто, чем бесконечно довольны и на что хотите получить отзыв, позовите в мастерскую друзей. Начните объяснять им, о чем ваше произведение, и следите за их реакцией. Полезным будет пригласить и просто знакомых – людей, которых вы знаете не так хорошо, но которым доверяете и которые, возможно, ранее уже интересовались вашим творчеством. Так вы постепенно приучите себя находиться в центре внимания и, не смущаясь, рассказывать о своих работах и собственном отношении к ним.

Гости расскажут о вас своим друзьям. Когда незнакомец услышит о вас, заинтересуется, позвонит или даже придет в вашу мастерскую, вы осознаете всю значимость и ценность подобных встреч. К тому моменту вы уже наверняка будете чувствовать себя куда увереннее и знать куда больше о том, как себя вести, когда к вам приходят гости».

Питер Эли, куратор центра современного искусства PSI (Нью-Йорк) и бывший куратор центра Walker Art (Миннеаполис)

«Я бы посоветовал взять себе за правило регулярно взаимодействовать с коллегами, посещать их мастерские и приглашать к себе в гости – это позволит вам не заикливаться на себе. Зовите их в мастерскую,

путь смотрят на то, что вы делаете, и разговаривайте, разговаривайте, разговаривайте...»

Джеймс Харрис, галерея Джеймса Харриса (Сиэтл)

Группы художников

Честное мнение – большая редкость, особенно за пределами стен художественной школы. Критические отзывы редки и по большей части случайны, вам не приходится ежедневно отчитываться перед преподавателями, а галеристы и кураторы, заглядывающие к вам в мастерскую, заинтересованы в том, чтобы как можно больше узнать о вашем творчестве, а не чтобы критиковать его. Поэтому вам придется напрашиваться на отзывы коллег.

Лучший способ получать их регулярно – организовать группу: собрать вместе друзей-художников и составить график хождения друг к другу в гости (необязательно ограничиваться художниками, кстати: предложите поиграть в эту игру и другим профессионалам в области искусства – так вы услышите больше мнений). Такая группа может стать отличным источником вдохновения, поможет найти нужное направление. К тому же с помощью друзей вы познакомитесь с другими художниками и кураторами, которые оценят ваше искусство и захотят с вами сотрудничать.

«Первыми гостями, пришедшими ко мне в мастерскую в Нью-Йорке, были художники, с которыми я познакомился в баре за бильярдным столом. Нечто подобное происходит до сих пор, и я не думаю, что тенденция когда-нибудь изменится: это же основа основ любого сообщества внутри огромного мира искусства. Задача проста: затащить кого-нибудь в свою пещеру и показать наскальные рисунки.

В первую очередь – своих коллег и тех, кто подает хоть какие-то признаки интереса к вашим работам. Пусть эти люди никак не связаны с искусством, пусть они не подкованы теоретически, но это именно то, с чего нужно начинать. Так вы создадите сообщество, которое станет следующим поколением».

Майкл Джус, художник (Нью-Йорк)

«Любая общественная организация (я вот, например, вхожу в “Группу критиков”) – отличный способ создать атмосферу творческого единства и взаимопомощи в весьма и весьма специфической богемной среде. Мы действительно нужны друг другу. И нам стоит знать друг друга».

Дэвид Гибсон, куратор и критик (Нью-Йорк)

«Однажды летом пару лет назад мы взяли себе за правило раз в неделю обязательно ходить друг к другу в гости. Каждую среду мы собирались – в девятнадцать или в двадцать – и шли в мастерскую. Я увидел столько всего нового! Один из таких визитов состоялся в период, когда я испытывал определенные сомнения относительно своей работы. Удивительно, но именно разговор, состоявшийся тем вечером, сильно помог мне – и уже ночью я осознал, в каком направлении буду двигаться».

Майкл Йодер, художник (Филадельфия)

Открытые мастерские

Каждый год в разных городах по всей стране проводятся мероприятия, называемые открытыми мастерскими. Первое из них состоялось более тридцати лет назад в Сан-Франциско под эгидой некоммерческой организации ArtSpan. Чуть позже другая некоммерческая организация, Artspace, провела такое же мероприятие в Нью-Хейвене. В Миннеаполисе есть Art-a-Whirl, в Бруклине – Dumbo Open Studios. С большой долей вероятности такие есть и в вашем городе.

Проведение открытых мастерских позволит привыкнуть к официальным визитам и расширить свою аудиторию. Вы даже представить себе не можете, с какими неожиданными и вопросами и разнообразными реакциями на ваше творчество вы столкнетесь, когда двери вашей мастерской будут открыты.

Поспрашивайте друзей или поищите в Интернете, какие организации проводят открытые мастерские в вашем городе. Убедитесь, что успеваете вовремя зарегистрироваться (мероприятие должно носить официальный характер).

Впрочем, вы всегда можете провести открытую мастерскую самостоятельно: самые известные из них были организованы именно художниками, работающими в одном помещении. Начните с малого – небольшой вечеринки с друзьями или соседями. Пригласите гостей. Или замахнитесь сразу на общегородское мероприятие, которое продлится несколько дней (лучше всего в выходные). Так вы расширите круг общения, познакомитесь с другими художниками и вытащите свои работы на свет божий.

С чего начать

Подготовка открытой мастерской проста и не требует больших усилий. Вы просто превращаете мастерскую в мини-галерею так, чтобы завлечь посетителей внутрь и задержать их как можно дальше возле ваших работ. Уберите все оборудование, материалы и прочее барахло в кладовку или просто дальний угол, как следует вымойте пол и стены, организуйте пространство соответствующим образом.

«У меня есть очень близкая подруга, которая работает куратором в отделе фотоискусства в МоМА¹³. Ее муж – магистр изящных искусств и великолепный художник. Вместе они занимаются тем, что позволяет им чувствовать себя единым целым, – возрождают традицию салонов XVIII века (этим, кстати, сейчас занимается еще несколько человек). Они регулярно собирают вместе художников и их друзей – человек пятьдесят. Гости сидят на диванах и смотрят фильмы о людях, о которых вы и слыхом не слыхивали. Мне это кажется очень перспективным».

Йоахим Писсарро, куратор, профессор, историк искусства, бывший куратор Музея современного искусства (Нью-Йорк)

«Когда я училась в магистратуре, мою подружку и соседку бросил парень. Он забрал с собой всю мебель. Помню, как стояла посреди голой комнаты, и у меня возникло ощущение, что я нахожусь в пустой белой

¹³ МоМА – Нью-Йоркский музей современного искусства. – Прим. пер.

коробке. И мы организовали художественный салон. Что плохого в том, чтобы делать то, что понравится людям и привлечет их к тебе?»

Криста Блетчфорд, художница, директор по поддержке художников фонда Джоан Митчелл, бывший куратор учебных программ для художников Нью-Йоркского фонда искусств (Нью-Йорк)

Подготовка работ

Вы не знаете, кто именно придет к вам в мастерскую, поэтому лучше всего показать по несколько работ, созданных в разных техниках, разных жанрах и с разным сюжетом. По три примера будет вполне достаточно. Спрячьте остальные работы, только не очень далеко, чтобы легко можно было показать их тому, кто всерьез ими заинтересуется. Разместите произведения так, чтобы люди смогли составить мнение о вашем творчестве, сполна насладиться им, увидеть взаимосвязь между примерами самых различных жанров, техник и сюжетов. Части единого произведения разместите рядом друг с другом. Не смешивайте в кучу работы разных жанров. И не перестарайтесь с их количеством! Если только в основе вашего творчества не лежит концепция насыщения смыслами и ощущениями, посетители оценят вашу заботу о создании пространства, в котором легко дышится. Чересчур большое количество произведений может перегрузить и запутать аудиторию.

Незаконченные работы тоже лучше спрятать от посторонних глаз (если, конечно, в ваши задачи не входит познакомить посетителей с процессом творения): случись вдруг, что у вас не найдется времени объяснить их суть и описать результат, люди поймут ваше искусство превратно.

Выбрав работы, которые вы покажете на своей импровизированной выставке, расположите их на полу, чтобы получить представление, как они будут выглядеть на стенах. Положите под них картон или пенопласт, чтобы ничего случайно не повредить. А потом просто меняйте их местами, раз за разом, до тех пор, пока не найдете нужную комбинацию. Теперь можно располагать работы для показа.

Не забудьте, что освещение влияет на восприятие, так что устанавливайте источники света наилучшим, с вашей точки зрения, образом, даже если для этого придется одолжить или купить дополнительные светильники.

Как только закончите, попросите друга оценить результаты ваших трудов и высказать свое мнение. Другие люди – и в частности, художники – могут заметить то, чего вы в силу своего, как это ни парадоксально прозвучит, слишком близкого знакомства со своим творчеством просто не видите. Не забудьте поместить рядом с произведениями описание или составьте общие списки, как это делают в галереях, – это самый простой способ донести до посетителей всю нужную информацию о каждой работе и привлечь к ним внимание.

Проведите в мастерскую Интернет и обеспечьте доступ публики к вашему сайту: возможно, они захотят узнать о вас больше. Если же гости будут искренне заинтересованы, немедленно доставляйте из заглавного все свои работы.

«Мне нравится, когда художник демонстрирует объем работ, который выглядит цельным. За один визит я понимаю суть. Не нужно показывать мне все свои работы. Находитесь в настоящем моменте. Нет ни будущего, ни прошлого».

Стивен Серджованни, директор галереи Mixed Greens (Нью-Йорк)

**ОБОЖАЮ, КОГДА ТОЛПЫ НЕЗНАКОМЦЕВ
ШАТАЮТСЯ ПО МОЕЙ МАСТЕРСКОЙ,
НАДЕЯСЬ ОТЫСКАТЬ ТАРЕЛОЧКУ
С КРЕКЕРАМИ.**



**Не можете решить, что именно показать?
Попробуйте ответить на следующие вопросы:**

- *Какие работы нравятся вам больше всего?*
- *О каких работах вам легче всего говорить?*
- *Создание каких работ стало для вас настоящим откровением?*
- *Какие работы связаны друг с другом и рассказывают одну и ту же историю?*
 - *Какие работы удостоились наилучших отзывов и почему?*
 - *Сочетаются ли друг с другом отобранные вами работы в плане размеров и материалов? Аккуратно ли выглядят вместе?*
 - *Можете ли вы показать произведение, над которым работаете в данный момент (и под рукой ли у вас прошлые работы)?*
 - *Можете ли вы объяснить, почему выбрали то, что выбрали?*

Размещение двумерных произведений на стенах

Для картин, фотографий и прочих работ, которые вешаются на стены, существует стандарт – 145 см от пола до геометрического центра произведения. Некоторые кураторы предпочитают чуть большее или чуть меньшее расстояние (в среднем от 140 до 158 см), но каж-

дый сантиметр неизбежно играет свою роль в том, как смотрится и воспринимается работа. Безусловно, замысел произведения может потребовать от вас разместить его на совсем другой высоте.

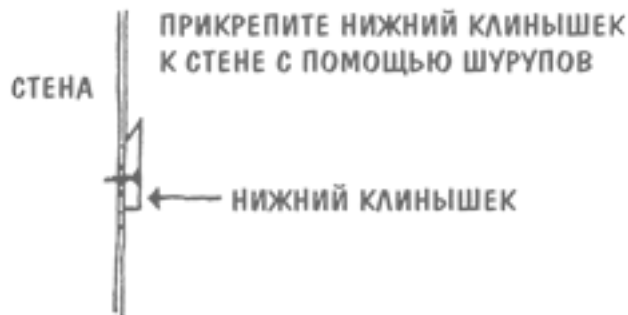
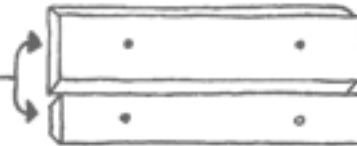
Так или иначе, все работы должны располагаться на одной и той же высоте от пола (относительно их центра, разумеется). Последовательность в этом вопросе организует пространство мастерской.

Обращайте внимание и на расстояние *между* произведениями. Две работы, расположенные близко друг к другу, будут неизбежно восприниматься как части одного целого.

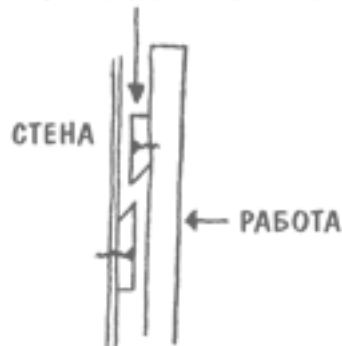
Между соседними произведениями разумным будет установить разделители. Работы, вставленные в рамы, подвешивайте с помощью троса, прикрепленного к этим рамам (если трос прикреплен к верхнему краю рамы, общий вес картины или фотографии будет тянуть края вниз и в стороны, и рама в конце концов обязательно сломается).

СИСТЕМА КЛИНЬЕВ

2 КЛИНЫШКА
С УГЛОМ
ОСТРИЯ 45°



ВЕРХНИЙ КЛИНЫШЕК КРЕПИТСЯ К РАБОТЕ



Для особо тяжелых работ в рамках лучше использовать систему клиньев или полуколец. Первая представляет собой комбинацию незаметных постороннему взгляду деревянных клинышков, связанных друг с другом и удерживающих работу.

Вам понадобятся два клинышка с углом острия 45 градусов. Один из них прикрепите к стене, второй – к обратной стороне первого. Работу надо поместить на тот клинышек, который прикреплен к стене.

Самые распространенные вопросы, задаваемые посетителями

- *Откуда вы?*
- *Как долго вы занимаетесь искусством?*
- *В каком городе вы ходили в школу? (Они же могут быть знакомы с вашими однокашниками.)*
- *Как вы это сделали?*
- *Почему вы выбрали именно этот материал? Этот размер?*
- *Почему вы делаете то, что делаете? Этот проект еще в работе?*
- *Какие художники вам нравятся?*
- *Кто оказал на вас наибольшее влияние? (Никто не ожидает, что вы назовете имена других художников. Все понимают, что свою роль мог сыграть любой предмет.)*
- *Какой показ ваших работ мог бы считаться идеальным?*
- *Каковы ваши основные достижения?*
- *Что дальше?*

**РАСПОЛАГАТЬ РАБОТУ ТОЧНО НА УРОВНЕ
ГЛАЗ ЗРИТЕЛЯ — НЕ САМАЯ ЛУЧШАЯ ИДЕЯ:
ОН ДОЛЖЕН СМОТРЕТЬ НА НЕЕ СНИЗУ
ВВЕРХ, ЧТОБЫ ОЩУЩАТЬ ЕЕ «МОЩНОСТЬ».
ТАКАЯ НЕВНЯТНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА
МОЖЕТ ОБОЗНАЧАТЬ ВСЕ, ЧТО УГОДНО,
ХОТЯ ОБЫЧНО ЭТО ВОСПРИНИМАЕТСЯ
КАК КОМПЛИМЕНТ.**



Если владелец помещения не позволяет вам дырявить стены, раздобудьте крюки на клейкой основе, не забудьте только внимательно прочитать инструкцию, чтобы работа не грохнулась на пол через час.

Тщательно вымеряйте, ровно ли весит работа. Используйте специальные приспособления, не доверяйте одному лишь глазомеру.

Если для крепления вы используете винты или гвозди, с их же помощью можно выровнять работу, просто подбивая их головки чуть вверх или вниз. Если это не помогает, попробуйте использовать строительный пластилин или бумажный пыж, прикрепив его к головке нужного винта, чтобы поднять угол. Так вам не придется делать новые дыры.

«Если кто-то выражает желание нанести вам визит, подойдите к процессу подготовки критически. Постарайтесь выбрать лучшие работы и наилучшим образом их показать».

Джеймс Харрис, галерея Джеймса Харриса (Сиэтл)

«Провал – это когда ваш гость думает о чем-то, далеком от искусства. Тут либо окружающие условия не те, либо происходит что-то не то. Абсолютно все в мастерской должно сосредотачивать внимание на работах».

Эдвард Уинклман, галерея Уинклмана (Нью-Йорк)

Скульптуры и инсталляции

Подумайте о том, как люди будут передвигаться по мастерской. Сделайте их маршрут простым и удобным. Скульптура или инсталляция, установленная слишком близко к входной двери, явно будет мешать, и некоторые гости просто не решатся войти.

Если скульптура, согласно замыслу, должна стоять на пьедестале, позаботьтесь об этом заранее, ведь водрузив ее на грязный стол, заваленный инструментами, вы создадите о себе впечатление как о непрофессионале, небрежно относящемся к собственному творчеству. Искусно же выполненный пьедестал украсит работу и покажет ее в самом выгодном свете.

Звук и видео

Если среди ваших произведений есть такие, которые содержат звуковые фрагменты, и их больше одного, позаботьтесь о том, чтобы рядом с каждым лежали отдельные наушники – так посетители смогут сосредоточиться на конкретном произведении. Посторонние звуки или звуковое сопровождение других работ могут исказить восприятие или вовсе помешать ему. А то и вовсе доведут посетителей до белого каления.

Правила гостеприимства

Ваша задача при проведении открытой мастерской – привлечь как можно больше посетителей. Старайтесь заинтересовать каждого, кто переступает порог. Организуйте пространство так, чтобы оно было дружелюбным и уютным. Позаботьтесь и о том, чтобы вам *самому* было удобно: поставьте где-нибудь стульчик – не стоять же все время на ногах.

Некоторые художники предлагают гостям закуски и напитки, расставляют удобные кресла – безотказный способ заставить посетителей задержаться в мастерской. Другие художники этого не делают (причем по той же самой причине). Так или иначе, позаботьтесь о том, чтобы посетители могли хотя бы попить воды.

«Знание того, как правильно расположить работы в мастерской, – одна из важнейших составляющих вашего профессионального успеха. Влияние этого фактора на восприятие произведений невозможно переоценить».

Майкл Дарлинг, куратор Художественного музея Сиэтла (Сиэтл)

Информационная рассылка

«Скрипящее колесо привлекает внимание. Так и реклама – любая, даже самая раздражающая – волей-неволей заставляет на себя смотреть. Я никогда не запрещаю художникам писать или звонить мне, потому что, когда мне нужно, я сама закроюсь (должно же быть какое-то равновесие). Но мне очень нравится, когда мне присылают новости о себе, хотя бы раз в три месяца, – я вижу, что художник по-настоящему заботится о своей карьере. Правда, нравится. Нравится узнавать, чем человек занят в настоящий момент, например: “В прошлом месяце я неплохо поработал, взгляните,

пожалуйста”. Не обязательно писать роман, сойдет и короткий рассказ, который можно прочитать за несколько минут».

Элинор Уильямс, консультант по вопросам искусства и независимый куратор (Хьюстон)

«Работы некоторых художников просто не подходят, а другие мне нравятся, и я думаю: возможно, однажды что-то и получится. Мне нравится, когда такие художники пишут тебе, вдумчиво и по делу рассказывая о том, что у них нового. Очень здорово.

Никогда не знаешь, что может случиться. Ты просто чувствуешь, что нельзя терять этого человека из виду, потому что его работы по-настоящему хороши, и кто виноват, что именно на этой выставке они неуместны? И случайная новость о том, что они будут выставляться в местной галерее, безмерно радует тебя, и ты – хочешь не хочешь – будешь следить за творчеством таких авторов».

Стив Заваттеро, галерея Маркс и Заваттеро (Сан-Франциско)

Контакты

Хорошую службу вам сослужит гостевая книга, которую следует поместить на выходе. Посетители будут записывать в нее свои имена и адреса электронной почты. Во-первых, это отличный способ завести собственный список контактов, состоящий из людей, которые совершенно точно знакомы с вашим творчеством. Во-вторых, так легче отследить тех, кто интересовался конкретными произведениями.

Галереи используют одну хитрость, которую вам стоит взять на вооружение: после того, как все посетители уйдут, сделайте заметки в гостевой книге (или на обороте визиток, которые потом можно прикрепить к страницам книги). Достаточно нескольких слов, которые помогут вам вспомнить конкретных гостей: какие работы им понравились, о чем вы с ними говорили, что именно им было интересно узнать о вашем творчестве.



«Я определяю стоимость своих работ, разговаривая с другими художниками, выясняя, сколько их работ выставляется в галереях, как часто о них пишут в прессе, насколько их резюме похоже на мое. Если мы более или менее равны по этим показателям, то и цена будет схожей. Если я выставляюсь меньше и реже, то и цена будет ниже. Так что все зависит от двух критериев: что именно мы создаем и, если мы создаем нечто схожее, насколько мы успешны».

Стефани Даймонд, художница (Нью-Йорк)

«Бум конца 1980-х – начала 1990-х и последовавший за ним спад погребли под собой немало успешных карьер. Цены на произведения росли слишком быстро, от выставки к выставке. А вернуться на прежние позиции вы не можете».

Стивен Серджованни, директор галереи Mixed Greens (Нью-Йорк)

«Назначая цену на новое произведение, ориентируйтесь прежде всего на цены уже проданных работ. И не важно, сотрудничаете вы с галереей или занимаетесь этим самостоятельно. Разница не должна быть слишком велика. Можно сделать скидку 10 % или даже 20 % (в том случае, если покупатель берет сразу несколько работ). Но ни в коем случае не больше, ведь, по сути, это будет снижение цен, которое способно привести к печальным последствиям: ваши прошлые покупатели могут всерьез на вас обидеться».

Андреа Поллан, владелица галереи Curator's Office (Вашингтон)

Беседы о творчестве

Попробуйте уместить все то, что хотите рассказать о своих работах, в две минуты. Да, это не так уж и много, но в переполненной людьми мастерской это, скорее всего, самое большее, на что вы можете рассчитывать (об особенностях разговора с куратором или галеристом во время их официального визита мы расскажем чуть дальше в этой же главе). Самое сложное – научиться говорить с людьми, совершенно по-разному воспринимающими искусство. Никакой панацеи здесь не существует, вам придется научиться понимать, что представляет из себя ваша аудитория. Это вопрос опыта.

Выводы

Итак, вы провели открытую мастерскую и приняли множество гостей. Очень важно заставить их думать о вашем творчестве после того, как они покинут мастерскую. Предложите им то, что они смогут унести с собой: визитку или листовку – да все что угодно, на чем указаны адрес вашего сайта, контактные данные, может быть, даже пара изображений. Само собой разумеется, лежать они должны на видном и доступном месте, чтобы любой посетитель мог легко взять себе одну.

На случай, если вашим творчеством заинтересуются всерьез, подготовьте несколько дисков с портфолио и резюме.

Назначение цен и самостоятельная продажа

Если вы сотрудничаете с галереей, в вопросах ценообразования и продажи работ ее мнение (наравне с вашим, разумеется) будет далеко не последним. Все, что вам нужно делать, – собирать информацию о тех, кто интересуется вашим творчеством, и передавать ее галерее. Неплохо также рассказывать о галерее коллекционерам, потому что иногда, к сожалению, галереи работают слишком медленно.

А знаете, что будет *плохой идеей*? Продавать свои работы коллекционерам напрямую, без ведома галереи. Вам может показаться, будто вам все приходится делать самому – обустроить мастерскую для приема посетителей, заводить знакомство с коллекционерами, с которыми не знаком ваш галерист... Но это не так. За свой процент от продажи работ галерея делает немало (об этом можно прочитать в тринадцатой главе), и ваше решение пригласить гостей в мастерскую ни в коем случае не отменяет той работы, которую она ведет. Просто так забывать о галерее не стоит: галеристы отказываются сотрудничать с художниками, торгующими у них за спиной.

Изображая арт-дилера

Вот несколько советов, как нужно разговаривать с коллекционером, если вы не сотрудничаете с галереями:

- *Позвольте ему самостоятельно интерпретировать ваши работы (в рамках разумного, естественно). Если коллекционер уходит слишком далеко от вашего понимания работы, расскажите, о чем думали в процессе ее создания. Но при этом постарайтесь все же не препятствовать ходу его мыслей.*

- *Спросите напрямую, какие работы ему нравятся и почему: так вы узнаете больше о намерениях собеседника, найдете интересные темы для дискуссии и, быть может, даже получите возможность взглянуть на свое творчество под новым углом.*

- *Не бойтесь сказать «нет». Если, например, произведение должно быть расположено в пространстве единственным возможным образом, не постесняйтесь сказать об этом.*

- *Никогда не признавайтесь, что вам не нравится какая-то своя работа или одна кажется хуже другой. Возможно, именно эта работа привлечет коллекционера. Если уж она действительно так сильно вам не нравится, просто поместите ее подальше от начала экспозиции.*

- *Если вы не хотите продавать ту или иную работу, просто повесьте рядом табличку «Не для продажи», а не назначайте заоблачную цену, взятую с потолка. Единственное, чего вы этим добьетесь, – заставите коллекционера сомневаться в качестве остальных ваших произведений и справедливости цен на них.*

Если вы не связаны обязательствами ни с одной галереей, вы вольны сами назначать цену. Это не так просто, как может показаться на первый взгляд, поэтому об этом стоит позаботиться *до того*, как распахивать двери перед гостями. Вы же не хотите оказаться в неловкой ситуации, когда один из посетителей внезапно захочет приобрести ваше произведение и цену придется придумывать на ходу? Еще более неловко будет просить коллекционера предложить свою цену.

Начинающие художники склонны либо занижать цены, чересчур скромничая, либо, наоборот, завышать их, вспоминая, как много сил и эмоций было потрачено на создание произведений. Чтобы не ударяться в эти крайности, вам придется развести понятия «сколько я хочу за эту работу» и «сколько она на самом деле стоит». Субъективная оценка важна, она закладывает основу окончательной стоимости, но не забудьте и о других факторах:

- количество ранее проданных работ и их стоимость;
- материалы, из которых или с помощью которых изготовлена работа;
- сопутствующие расходы (на печать, раму и т. д.);
- время, потраченное на создание работы;
- размеры работы (чем произведение крупнее, тем оно обычно дороже);
- количество экземпляров (чем их больше, тем дешевле будет каждый);
- участие работы в значимых выставках;
- количество создаваемых вами за год работ;
- ваш опыт (чем больше в вашем резюме персональных выставок или выставок в музеях, тем на большую сумму вы можете рассчитывать).

Походите в недавно открывшиеся галереи или на выставки-продажи работ молодых художников, посмотрите на цены тех произведений, которые хоть чем-то напоминают ваши. Взгляните на резюме их создателей: какой у них опыт, насколько часто они выставляются. Только делайте скидку на то, что работы художников, сотрудничающих с галереями, обычно дороже. При ценообразовании учитывается процент, который получает галерея за продвижение автора, поэтому вам придется назначить цену меньшую, чем те, что вы увидите, даже если ваше произведение ничем не хуже.

Чем больше работ вы продадите, тем легче будет назначать цены, потому что каждая последующая продажа напрямую связана с предыдущей. Но здесь есть одно «но». Если поднять цены слишком резко, это не понравится вашим покупателям, и тогда они могут заставить вас снизить цены. Вы наверняка не хотите оказаться в таком положении, ведь мир искусства безжалостен к художникам, чье искусство стремительно дешевеет. Сразу же появляются слухи, что, мол, бедняга исписался и его карьере конец. Цены падают еще ниже, и это порождает новые слухи – порочный круг, на выход из которого могут уйти годы. Вот почему плавное и равномерное повышение цен всегда лучше резких скачков (мы клянемся!).

«Стоимость работы – любопытный аспект искусства. Назначить цену не так-то просто, дело это долгое, а потому – достойное отдельного разговора. Все зависит от того, каким именно художником вы хотите быть. Можно досконально изучить рынок и раз за разом приспосабливаться под его нужды и новые веяния. А можно попытаться играть более важную и серьезную роль, выставляя справедливые цены, оказывая влияние на творчество других художников и общество в целом. Жизнь становится куда более интересной, когда вами активно интересуются другие, а ваша репутация позволяет вам формировать общественное сознание».

Андреа Розен, галерея Андреа Розен (Нью-Йорк)

«Мы назначаем цены на основании себестоимости работы, уровня спроса и общей ситуации на рынке. Выставляетесь ли вы? Как много произведений вами создано? Стоит ли вам продать их перед тем, как браться за что-то новое? Все эти вопросы также играют свою роль. Если вы сотрудничаете с галереей, сотрудничайте с ней и в вопросах продажи своих работ».

Мэри Ли Черри, галерея Черри и Мартина (Лос-Анджелес)

«В первый раз я почувствовал себя по-настоящему профессиональным художником, когда ко мне в мастерскую пришла галерист из Venice Art Walk. Она сказала мне: “Я возьму вот это, это, это и еще вот это для себя”. А потом задала вопрос, на который я не смог ответить. Она спросила, сколько они стоят. Назови я слишком большую цену – она могла бы передумать, назови слишком маленькую – и она сочла бы меня желторотым новичком. Поэтому я попросил ее назначить свою цену. До сих пор я не устаю мысленно благодарить ее за то, что она дала мне ровно столько, сколько и стоили, объективно говоря, мои работы».

Стас Орловски, художник (Лос-Анджелес)

«Даже если работа стоит непомерно много, я все равно обращаю на нее внимание. Буквально недавно мы видели инсталляцию, автор которой потратил огромные деньги на ее создание – 20 000 долларов! Наценка была незначительной, даже смешной: он просто хотел, чтобы произведение жило. Будьте реалистичны. Прислушайтесь к интуиции. Взвесьте все за и против и убедитесь, что кто-то еще на рынке ведет себя так же, как и вы».

Моник Мелош, галерея Моник Мелош (Чикаго)

Скидки при прямой продаже

Априори музеям, приобретающим работы, предоставляется скидка 20 % (а иногда и больше). Галереи постоянно практикуют такие скидки по двум причинам: а) музеи – это некоммерческие организации; б) большинство произведений задерживаются в них очень и очень надолго. Посредникам обычно дается скидка от 10 до 20 % (с покупателя они берут полную сумму и передают ее галерее, за вычетом скидки, которая и составляет их гонорар). Вот, пожалуй, и все. Больше никаких стандартов скидок в мире искусства не существует, кроме разве что 10 % постоянным покупателям.

Многие художники, следуя практике галерей, дают скидки тем коллекционерам, которые приобретают больше одной работы. Другие предоставляют скидку 10 % *всем* покупателям: это, во-первых, честнее, а во-вторых, позволяет каждому коллекционеру чувствовать себя особенным (наши знакомые – апологеты подобной практики – признаются, что скидка уже включена в стоимость работы, только они, разумеется, никому об этом не рассказывают). Третьи считают уместным продавать дешевле только своим родственникам и друзьям. Какой из этих схем придерживаться – решать вам. Но помните, что скидка частным лицам не должна превышать 10 %, как бы вас ни упрашивали. Больше – только музеям, некоммерческим организациям и посредникам.

Не забудьте про документы

Когда вы продаете свои произведения самостоятельно прямо из мастерской (поскольку не сотрудничаете с галереями или же галерея дала вам на то свое разрешение), распечатайте два экземпляра инвойса: один для себя, второй для покупателя. Если вы этим еще не озаботились, перечитайте (или прочитайте, если вы этого еще не сделали) вторую главу.

«Перед встречей с художником я предпочитаю посмотреть на изображения его работ. Чем их больше, тем лучше. Не для того, чтобы решить, хочу ли я видеть оригиналы, но потому, что уважаю чужое

творчество. Мне нужны темы для дальнейшей беседы, мне нужно время, чтобы мысли и идеи улеглись в голове».

Джаспер Шарп, куратор Музея истории искусств (Вена, Австрия)

«Не так важно, покажешь ты ту или иную работу или нет. Важны те чувства, которые испытываешь, когда кто-то приходит посмотреть на твои произведения».

Билл Дэвенпорт, художник и критик (Хьюстон)

«У вас есть коллеги, и, приходя к ним в мастерскую, вы оказываете им услугу. Не такую значительную и важную, конечно, как если бы вы были критиком или куратором. К тому же в ходе подобных визитов могут возникнуть неловкие ситуации, ведь все же понимают, что это лишь услуга. Мне было здорово не по себе, когда я внезапно обнаружила, что вынуждена в одиночку посетить множество мастерских: мои коллеги, все десять человек, “оказывали услуги”».

Мэри Ли Черри, галерея Черри и Мартина (Лос-Анджелес)

«Мне нравится, когда художник подготовлен к визиту, когда у него есть что показать. А что мне не нравится, так это когда говорят: “Ой, подождите минутку, сейчас я принесу что-нибудь из кладовки”».

Мне важно сравнить то, что есть, с тем, что было, и поэтому я часто прошу художников показать свои прошлые работы. Так я вижу новое в контексте старого. Именно это я и имею в виду, когда говорю “художник подготовлен” – прошлые работы под рукой, имеется понимание того, что стоит показывать куратору. А показывать нужно только самое лучшее: невозможно продемонстрировать двадцать пять лет творчества за один час».

Энн Илгуд, куратор Музея Хаммера (Лос-Анджелес) и бывший куратор Музея и сада скульптур Хирихорна (Вашингтон)

Частные визиты

Куратор или галерист может заглянуть к вам в мастерскую по одной из нескольких причин. Например, он проводит исследование общего характера, желая посмотреть на то, что вы (и другие художники) создали за последнее время. Или ищет тех, кто примет участие в выставке. Или тех, кто будет сотрудничать с галерей. Или же вас порекомендовал ему общий знакомый.

Случается и так, что причин несколько, и не факт, что вы будете знать, что именно привело посетителя к вам в мастерскую. Некоторые прямо скажут, зачем пришли, чтобы не вводить вас в заблуждение, другие предпочтут умолчать о причинах визита, тем самым дразня ваше любопытство. По сути же, совершенно не важно, какова цель визита, потому что это никак не повлияет на вашу основную задачу – произвести наилучшее впечатление за то недолгое время, которым вы будете располагать.

Подготовка к визиту

Подготовиться к визиту одного гостя куда легче, чем к посещению десятков или даже сотен людей (как это происходит в открытой мастерской). Вы знаете, кто именно к вам придет и, соответственно, как себя с ним вести. Не нужно и превращать мастерскую в галерею: куратору или галеристу важно познакомиться с творческим процессом.

Но, как и при подготовке открытой мастерской, здесь вам потребуются провести тщательный отбор своих произведений и быть готовым показать их в лучшем свете. Демонстрируйте самые лучшие и популярные работы (хорошо, если самые лучшие ваши работы одновременно и самые популярные). Здесь работают те же принципы, о которых мы уже писали в разделе «Открытые мастерские», только контроля над ситуацией у вас несравнимо больше. Подумайте над тем, как удержать внимание гостя, как заинтересовать его именно теми работами, которые вы хотите показать, и при этом следовать запланированному порядку.

Постарайтесь узнать как можно больше о человеке, который собирается к вам прийти (поверьте, он почти наверняка сделает то же самое). Даже если вы знакомы, не помешает проверить, чем именно он занимался в последнее время. Это придаст вам уверенности во время самого визита и поможет разобраться в мотивах посетителя. А еще вы узнаете, над какими выставками работал ваш гость и с какими галереями сотрудничал – все это поможет понять, сумеете ли вы сработаться.

«Есть по крайней мере две причины, почему кураторы колеблются, не желая раскрывать свои истинные мотивы. Во-первых, мотивов может не быть вообще, и движет нами исключительно любопытство. Во-вторых, работая над чем-то серьезным, я стараюсь соблюдать осторожность: не хочу, чтобы художник питал иллюзии, которые вполне могут оказаться пустыми. Не хочу обнадеживать, рассказывая, как именно будет смотреться произведение в контексте нашей выставки, до тех пор, пока все детали не утрясутся в моей голове».

Питер Эли, куратор центра современного искусства PSI (Нью-Йорк) и бывший куратор центра Walker Art (Миннеаполис)

«Я считаю визит удачным, если художник досконально продумал показ своих работ и провел его так, что я быстро и точно уловил самую суть. Я никогда не забуду одного художника, который подготовил для меня восемь картин, повесил их лицом к стене и рассказывал о них по порядку,

поворачивая по одной. И в конце, когда он открыл последнюю, пазл вдруг сложился, и я понял суть его замысла».

Эдвард Уинклман, галерея Уинклмана (Нью-Йорк)

«Будьте готовы к любому выражу. Старайтесь просчитать все наперед. Подготовьте показ минут на пять. Даже если вы от всего сердца ненавидите рассуждать о своей работе, встаньте перед зеркалом (пусть даже и в ванной) и заставьте себя сформулировать пять предложений. Пусть это будут пять основных тезисов о вашей работе, которые вы в любой момент сможете выдать, спроси вас кто-нибудь о том, чем вы занимаетесь».

Ким Уорд, директор Вашингтонского проекта искусств (Вашингтон)

«Сложно объяснять искусство. Особенно непросто это дается художникам. Сложно, но нужно. Поэтому я всегда говорю художникам, что они должны научиться это делать. Все равно же вас об этом спросят, куратор ли, журналист – не важно, кто. И если вы не сумеете объяснить то, что интересует собеседника, вы можете запросто упустить свой шанс».

Хизер Тейлор, галерея Тейлор де Кордова (Лос-Анджелес)

Правила гостеприимства

Ваша первейшая задача – заинтересовать гостя своими работами. И еще кое-что. Поставьте себя на его место и постарайтесь как-то сгладить возможные отвлекающие или раздражающие факторы. Если ваша мастерская находится на шестом этаже, а в здании нет лифта – предложите воды. Если на дворе мороз, заварите чаю и позаботьтесь о том, чтобы гостю было куда повесить верхнюю одежду. Если время обедать или ужинать, предложите перекусить. В общем, будьте просто радушным хозяином – это лучше всего. Главное не перестараться – роскошно сервированный стол, уставленный блюдами, вряд ли будет уместен. Если вы хотите, чтобы гость чувствовал себя как дома, просто следуйте правилам хорошего тона и ведите себя с ним так же вежливо, как он ведет себя с вами.

Беседы о творчестве

Здесь все вполне однозначно: вы должны – хотя нет, вы обязаны – уметь рассказывать о своих работах и обсуждать их. Это не значит, что пора становиться профессиональным оратором, но вы не произведете нужное впечатление, если не сумеете четко и внятно объяснить, что и зачем делаете.

Галеристы и кураторы тем лучше поймут то или иное произведение, чем больше будут знать о причинах и мотивах его создания. Им наверняка будет интересно, откуда вы черпаете идеи, как замысливается проект и как вы его воплощаете. Будьте готовы рассказать об этом.

Только осторожно: не всегда уместна полная откровенность и детальное описание нюансов работы. Все люди разные, а потому и манера общения с ними должна отличаться. Один куратор, например, в ходе беседы посетовал нам на то, что, стоит ему переступить порог мастерской, на него с ходу обрушивается поток хорошо отрепетированной, но совершенно непонятной речи. А другой признался, что предпочитает, когда художник сам рассказывает о своем творчестве – так не приходится ни о чем спрашивать. Кто-то изучает работы в тишине, а кто-то засыплет вас вопросами. Просто сохраняйте спокойствие и подстраивайте показ работ под посетителя.

И никогда (это, кстати, касается и открытой мастерской) не говорите, что вам не нравятся какие-то свои работы. Не нравится – не показывайте. Имейте в виду, что визит может

быть очень кратким, минут двадцать, так что не тратьте драгоценное время на показ слабых работ.

«Это как первое свидание. Бывает, что после визита ты думаешь: “Ух ты! Это было просто здорово! Вроде, неплохо провели время. Думаю, я ему понравилась”. А он потом не звонит и не пишет, и ты удивляешься: “Странно, неужели мы с ним ходили на разные свидания?”»

Вполне вероятно, что я отношусь к этому недостаточно серьезно, но я не чувствую острой нужды в официальной благодарности за визит. Если диалог вышел плодотворным, если вы были на одной волне и поняли друг друга, вам наверняка захочется продолжить общение».

Энн Илгуд, куратор Музея Хаммера (Лос-Анджелес) и бывший куратор Музея и сада скульптур Хирихорна (Вашингтон)

«Мне нравится, когда художник реагирует на запрос быстро. Как-то раз в Лондоне я зашла в мастерскую к одному художнику и в конце встречи попросила его прислать мне JPEG-файлы и свое резюме. Почему бы не выполнить эту просьбу сразу же после моего ухода? Но письмо от него пришло только через три месяца! Через целых три месяца, когда я и думать о нем забыла. Естественно, я решила, что он просто не заинтересован в сотрудничестве».

Лорен Молина, владелица и директор галереи Bank (Лос-Анджелес)

«Всегда пытайтесь понять, что за человек к вам пришел и действительно ли ему нужно то, что вы предлагаете. Если я хочу, чтобы художник держал меня в курсе последних событий и присылал фотографии своих новых работ, я прямо прошу его об этом. Так что, если галерист или куратор ничего не говорит вам по этому поводу, не давите».

Эми Смит-Стюарт, куратор Музея современного искусства Олдрича (Риджфилд, Коннектикут), бывший куратор PSI (Нью-Йорк)

Это не критический разбор

Да, визит, как правило, оборачивается исключительно интересным разговором, но он далек от хорошо знакомого по временам обучения критического разбора. В принципе, это разумно: кураторы и галеристы приходят к вам в мастерскую не для того, чтобы ставить оценки работам, а чтобы познакомиться с ними. И требовать от них анализа не стоит: обычно их цели вполне конкретны и необязательно совпадают с вашими ожиданиями. Поэтому, если гость вдруг ни с того ни с сего начинает критиковать ваши работы, имейте в виду, что он создает вам плохую репутацию, преследуя свои цели.

За профессиональной критикой все же лучше обратиться к коллегам или бывшим наставникам.

Выводы

Подготовьте мини-версию заявки, которую гость сможет забрать с собой (или предложите прислать ее в офис, если так будет удобнее): резюме, подборку публикаций и несколько изображений – все в подписанной вашим именем папке (или конверте). Во-первых, это надежный способ запомниться (по крайней мере на какое-то время). Во-вторых,

так гостю будет легче с вами связаться. В-третьих (и в главных), вы покажете, что относитесь к визиту профессионально.

После визита

После визита первым делом отправьте себя погулять. Сходите в кино, встретитесь с друзьями, просто побродите по улицам – в общем, как-то передохните и расслабьтесь. А не бросайтесь очертя голову снова за работу. Переварите сказанное и услышанное. Дайте себе время понять, насколько близко к сердцу стоит принимать реакцию посетителя и стоит ли делать это вообще.

Напишите гостю короткое благодарственное письмо, дайте ссылку на свой сайт, приложите несколько изображений и другие материалы, которые он просил. Для кого-то такое письмо станет неожиданностью, но оно лишний раз покажет: вы серьезно заинтересованы в сотрудничестве и работать с вами легко и приятно.

Не удивляйтесь, если ответ заставит себя ждать: в мире искусства спешить не любят. Даже если гость без ума от ваших работ, ему все равно потребуется какое-то время, чтобы обсудить увиденное с коллегами и начальством и принять окончательное решение. На это могут уйти годы. Да-да, именно годы! И, как вы узнаете из восьмой главы, существует великое множество причин, по которым куратор или галерист так и не предложит вам участвовать в выставке, пускай даже ваше творчество ему очень понравилось.

Не воспринимайте это как что-то личное и не считайте поражением. Продолжайте делать свою работу и регулярно сообщайте гостю, однажды посетившему вашу мастерскую, новости о своей работе.

«Ходил я к таким художникам, которые пытались рассказать мне, как я должен понимать их творчество. И меня это раздражало. Их пыл просто невозможно было умерить отвлекающими вопросами или попытками сформулировать собственное мнение – они упорно продолжали навязывать мне свое, единственно правильное».

Джон Расмуссен, директор галереи современного искусства Midway (Миннеаполис)

«Обычно в ходе визита я задаю немало вопросов. А вот многие мои коллеги предпочитают ограничиться лишь несколькими. Честно говоря, я не понимаю почему. Я полагаю, так они выглядят важнее в собственных глазах: дескать, именно за ними остается последнее слово и это они вершат судьбу мира искусства. Как будто проводят операцию на мозге, не меньше. А я думаю, что разговор всегда интереснее. Есть ответы, которые ни за что не получишь, не задав вопрос».

Йоахим Писсарро, куратор, профессор, историк искусства, бывший куратор Музея современного искусства (Нью-Йорк)

«Научитесь рассказывать о своих работах. Если не сумеете вы, не сумеем и мы. Будьте кратки. Даже если требуется объяснить некий трудный, тяжело перевариваемый концепт, вам все равно придется как-то разложить его по полочкам буквально двумя предложениями. Все самое важное просто обязано уместиться в пять минут, потому что дальше слушатель заскучает и засобирается домой. Нет, конечно, вы можете

поговорить и о деталях, если позволяет время, но умение быстро и кратко изложить самую суть – бесценно».

Лица Шредер и Сара Джо Ромеро, Schroeder Romero Editions (Нью-Йорк)

«У вас всегда должен быть замысел, всегда. Когда на занятиях до этого доходит дело, я прошу студентов как можно более четко сформулировать основные принципы своей творческой деятельности. Для этого нужна определенная смелость. Честно рассказать о своих замыслах, пусть даже и самому себе, не так-то просто. Изучая ту или иную работу, ты все время пытаешься понять, зачем тебя вообще попросили на нее взглянуть. Художник же посвящает жизнь искусству, а значит, у него была определенная причина, чтобы создать именно это произведение, вне зависимости от того, может он выразить ее словами или нет. Наберитесь смелости и расскажите о замысле».

Сара Льюис, ученый, писатель, куратор, критик, член государственного комитета по стратегии в области искусства при президенте США Бараке Обаме (Нью-Йорк)

«Мне недостаточно просто посмотреть на работу. Мне нужно поговорить с ее создателем, чтобы узнать, о чем он думал в процессе работы, и лучше понять сам замысел. И еще важен деловой подход. Потому что я хочу вести дела со зрелыми и ответственными людьми».

Розамунд Фелсен, галерея Розамунд Фелсен (Санта-Моника, Калифорния)

«Порой очень непросто ходить в мастерские к художникам, которые еще учатся. Они ждут, что ты предложишь им полноценную критику, а я – всего лишь хочу посмотреть на их работы. Нет, мы, конечно, можем обсудить, что сработало, а что – нет, но не это основная цель моего визита. Моя цель – увидеть, соответствуют ли произведения тематике и стилю выставки».

Андреа Поллан, владелица галереи Curator's Office (Вашингтон)

«Визит для меня – это прежде всего разговор. Поэтому самое важное – услышать, что и как художники рассказывают о своем творчестве. Их задача – объяснить мне, о чем их искусство. Конечно, я многое понимаю и всегда открыта к диалогу, но все же мне нужно разобраться, откуда растут ноги. Вот что самое важное».

Лорен Молина, владелица и директор галереи Bank (Лос-Анджелес)

«Ступая в предельно личное пространство мастерской, где вы занимаетесь самой важной на свете работой, куратор должен осознавать, какую ответственность несет в этот момент. Ему стоит вести себя как можно более деликатно и профессионально, чтобы художник не пугался малейшего изменения в мимике или интонации собеседника. Но этого на самом деле недостаточно, многое зависит и от художника: ведите себя так, будто пригласили к себе на вечеринку друга и хотите, чтобы он чувствовал себя как дома. Мне не по душе, когда визит проходит будто по протоколу: слишком формально, слишком гладко. Но мне нравится, когда хозяин немного с причудами.

Пуская незнакомца в свое сакральное, личное пространство (представьте, если бы это была спальня), вы тем самым обнажаете свою

душу и ждете от меня соответствующего поведения. Вы показываете мне вещи, важные и значимые для вас, – мне, человеку, которого видите первый раз в жизни. У меня есть от силы лишь тридцать секунд, чтобы понять, как себя вести, чтобы не вспугнуть вас, расположить к себе и вызвать на откровенный разговор о том, что волнует вас больше всего, – вашем искусстве».

Шамим Момин, директор и куратор некоммерческой организации LAND (Лос-Анджелес) и бывший куратор Музея американского искусства Уитни (Нью-Йорк)

«Вы должны понимать, что в ваших силах управлять визитом. Определитесь, что именно вы хотите донести до своего гостя. Галеристу будет интересно одно, коллекционеру – другое, куратору – третье. Вы должны четко сформулировать для себя цели этого визита. В соответствии с этим и показывайте работы».

Эдвард Уинклман, галерея Уинклмана (Нью-Йорк)

«Художнику важно сформулировать принципы своего творчества. Запредельным красноречием обладать не обязательно, а вот уметь рассказать о себе – необходимо. И делать это можно по-разному. Поэтому очень здорово, когда художник способен четко и ясно высказаться. Если же ты задаешь ему вопрос об идеях, которые легли в основу какой-то работы, и не слышишь в ответ понятные любому мотивы социального, исторического, психологического характера, лучше поскорее закончить беседу».

Тим Блум, галерея Блума и По (Лос-Анджелес)

«Больше всего меня поражает, когда человек совершенно не ориентируется в творчестве близких ему по духу художников, не разбирается в том, что закладывает основы его искусства. Поэтому я радуюсь, когда вижу, что художник разбирается в традициях направления, в русле которого творит. Я радуюсь, когда художник говорит о творчестве своих коллег. Мы ищем не звезд, но тех, кто питает подлинную страсть к искусству. Не ораторов, но тех, с кем можно поговорить. Мы ищем разум».

Майкл Дарлинг, куратор Художественного музея Сиэтла (Сиэтл)

«Баланс между скромностью и претенциозностью трудно достигим. Художнику действительно необходимо верить, что он – величайший. В то же время от многих и многих художников я слышу одно и то же: “Я делаю то, чего до меня никто и никогда не делал”. Дайте мне посмотреть на ваши работы, и за тридцать секунд я назову вам как минимум трех художников, чье творчество не отличить от вашего. Даже и слушать не хочу, насколько ваши произведения оригинальны и уникальны. Лучше объясните мне, как именно они вписываются в контекст эпохи».

Корнелл Девитт, директор художественной ярмарки PULSE, бывший владелец галереи (Нью-Йорк)

«Пустая мастерская – не дело, вы должны что-то показать. Звучит по-идиотски, конечно, но некоторые об этом почему-то забывают. Представляете, что я чувствую, когда вместо двух полноценных визитов трачу кучу времени, чтобы добраться до Пасадены, захожу в мастерскую

и вижу, что она пуста? Не очень-то предусмотрительно и совсем не вежливо».

Шамим Момин, директор и куратор некоммерческой организации LAND (Лос-Анджелес) и бывший куратор Музея американского искусства Уитни (Нью-Йорк)

«Бывает, что мы едем в мастерскую. Но большинство иностранных художников носят свою мастерскую с собой – ноутбук с PowerPoint и примерами работ. Так что не всегда Магомет идет к горе, иногда и гора приходит к Магомету. И если вы из другой страны, делайте так же. Это работает».

Эдвард Уинклман, галерея Уинклмана (Нью-Йорк)

Мастерская в кармане

Бывает так, что гость не может прийти к вам в мастерскую. В таком случае вооружитесь ноутбуком и устройте ему виртуальную экскурсию. Кстати, это неплохой вариант, если вы живете вдалеке от центров культурной жизни, а потому много посетителей ожидать не приходится. Или же вам просто нечего показывать в собственной мастерской, потому что вы создаете огромных размеров инсталляции или скульптуры (кстати, если работы, которыми интересуется гость, в настоящий момент участвуют в выставке, пригласите его туда, а не в пустую студию).

В качестве презентации сгодится обычное слайд-шоу изображений работ, сопровождаемое вашими комментариями. Возможно, вам захочется добавить крупные изображения отдельных деталей какого-то произведения, репортажные снимки с выставок или фотографии мастерской. Презентация не должна быть слишком долгой – достаточно и десяти минут. Обязательно отрепетируйте непосредственно перед тем, как ее проводить. Постройте ее так же, как построили бы свою речь, будь это полноценный визит, – четко и логично, с акцентом на творчестве.

Подготовьтесь к разнообразным техническим проблемам. Захватите зарядное устройство, сделайте несколько копий презентации на разных дисках (как для PC, так и для Mac). В случае, если произойдет что-нибудь непредвиденное, вы сможете воспользоваться компьютером галереи. Проведя «экскурсию», оставьте один из этих дисков галеристу или куратору.

Еще несколько советов по просмотру портфолио

Клинт Уиллаур, куратор центра искусств Галвестона (Галвестон, Техас):

1. *Подготовьтесь: разузнайте, кто я такой и почему делаю то, что делаю.*

2. *Не надо пятнадцать минут показывать мне пятнадцать картинок, а потом, когда окажется, что в нашем распоряжении осталось лишь пять минут, рассказывать, что у вас есть еще три папки.*

3. *Если вы будете говорить, говорить и говорить в течение всего того времени, что нам отведено, я не выскажу свою точку зрения, так ведь? Но если уж у меня будет возможность вставить слово, выслушайте меня. И, кстати, если я ничего не говорю про одну из работ, не нужно думать, что я невлюбил все ваше творчество.*

4. *Не нужно выдавать мне пару белых перчаток и учить, как обращаться с работами, – мне же все-таки доверили проводить просмотр.*

5. *Будьте готовы отдать мне какие-то материалы – я попрошу оставить мне как минимум одно изображение.*

6. *Перед тем как давать мне пакет с материалами, спросите, нужны ли они мне. Потому что могут быть и не нужны. И не стоит без спроса добавлять адрес моей электронной почты в массовые рассылки.*

7. *Не извиняйтесь за собственную неорганизованность. Просто будьте организованы.*

8. *Не показывайте мне то, что я уже видел. Фотографическая память у меня развита настолько, что некоторые пугаются до смерти.*

9. *А еще не показывайте мне свои фотографии в стиле ню и не спрашивайте моего мнения о них (а это происходит куда чаще, чем вы можете себе представить).*

10. *В конце встречи не спрашивайте, чем я могу вам помочь. Я уже помог. Только что.*

11. *И просто, чтобы вы знали: за двадцать два года, в течение которых я этим занимаюсь, я заставил трех людей плакать и даже разорвал одну фотографию. А еще познакомился с сотнями интересных людей, многие из которых стали моими друзьями.*

По материалам и с разрешения glasstire.com

Просмотры портфолио

Есть еще один достойный упоминания способ показать себя – просмотры портфолио. Так вы можете обсудить свои работы с кураторами, галеристами и другими профессионалами мира искусства. Многие галереи (и даже нерегулярные выставки) устраивают просмотры портфолио несколько раз в году. Тут важен ваш профессионализм, умение продемонстрировать свои работы и качество показываемых материалов. Вот несколько советов, если вы собрались принять участие в просмотре портфолио:

- Организатор обязательно анонсирует формат мероприятия и то, на что именно будут обращать внимание в первую очередь, так что вы сможете как следует подготовиться. Регламент, как правило, весьма строг: пятнадцать минут *на самом деле* заканчиваются через пятнадцать минут. Подумайте, для чего вам в этом участвовать. Чем конкретнее будут ваши вопросы, тем более полезный отзыв вы получите. Составьте приоритет своих целей на случай, если у вас не хватит времени на все. Узнайте, с кем именно вы будете разговаривать, на чем этот человек специализируется, чтобы извлечь максимум пользы из столь непродолжительного общения.

- Слушайте. Если вы будете все время болтать, отзыва никакого не дождетесь, а ведь именно за отзывом вы туда и идете.

- Не приносите с собой сами работы. Так вы просто потратите драгоценные минуты, разворачивая их, пытаясь показать так, чтобы было хорошо видно, не говоря уже о том, что вы можете их ненароком повредить. Приносите изображения. Но только лучшие из них: вы же хотите объяснить суть своего искусства, а не то, почему изображения такого плохого качества и не передают все великолепие ваших работ. Проверьте, верно ли вы указали размеры работ и материалы, с помощью которых они созданы.

- Вы успеете показать не так уж много, так что выберите работы, на которые вам важнее всего получить отзыв.

- Захватите творческое кредо и резюме: собеседнику наверняка захочется взглянуть и на них, если позволит время.

- Захватите и визитки, чтобы оставить собеседнику, если он об этом попросит.

Глава 6

Резидентские программы и гранты

Хотите немного денег? Просто так. А мастерскую, за которую не нужно платить?

В мире действуют без преувеличения тысячи и тысячи программ, направленных на одну-единственную цель – поддержать художников. Обычно организаторы проводят своего рода соревнование между всеми претендентами, и несколько победителей получают вознаграждение – денежное или неденежное.

К денежным относятся гранты и другие финансовые вознаграждения, которые в большинстве случаев выдаются под конкретный проект. Поэтому тратить средства, полученные с гранта, на все, чего только душа пожелает, не получится: организатор потребует от вас подробного отчета. Некоторые программы предлагают в качестве вознаграждения стипендии или гранты без ограничения использования средств (их еще называют «программы общей поддержки»). Художнику дают деньги лишь потому, что верят в него. Сумма может начинаться от нескольких сотен долларов и доходить до полумиллиона (как, например, известная стипендия Мак-Артура, которую называют грантом для гениев). Вы можете тратить их буквально на что угодно.

Некоторые организации предлагают «гранты на чрезвычайные ситуации». Они предназначены тем, с кем случилась беда (вроде пожара или наводнения), тем, кто остался без крыши над головой или нуждается в срочной медицинской помощи.

К неденежным относятся те вознаграждения, которые не связаны с финансовыми средствами напрямую: резидентские и студийные программы, бесплатное предоставление материалов. Некоторые из них могут включать в себя и денежную часть.

«Художники чересчур серьезно относятся к тем возможностям, которые считаются престижными, игнорируя при этом все остальные. А ведь есть предложения, которые позволят вам путешествовать по миру. Никогда не забуду свою поездку на Тайвань в 2004 году. Я жила в деревне художников на Тайпее. Это изменило мой подход к работе. До этой поездки я фотографировала исключительно сельские пейзажи. Там же я открыла для себя урбанистический мир».

Ли Оутс, художница (Нью-Йорк)

«Наша резидентская программа дает вам право на ошибку. Это испытательный полигон для творческого диалога».

Шеннон Стреттон, художница и директор галереи ThreeWalls (Чикаго)

«Резидентская программа – это окно в мир, в котором постоянно что-то происходит: люди знакомятся, налаживают связи, помогают друг другу расти и развиваться. Здесь художники учатся обсуждать с коллегами свое искусство (и это умение в дальнейшем им не раз пригодится), узнают много нового о техниках и приемах. У них появляется возможность создать нечто масштабное, что просто не уместилось бы в мастерской, и из тех материалов, которые не купишь там, где они живут и работают. Они должны показать, над чем работают во время прохождения программы. И знаете, всегда есть, о чем поговорить и поспорить».

Микаэла Джованнотти, куратор и критик, критик резиденции Art Omi в 2008 году (Нью-Йорк)

«Большинство заявок элементарны: имя и двенадцать примеров своих работ. Если вы даже этого не способны сделать, как вы вообще можете называть себя серьезным художником?»

Алессандра Экспозито, художница (Нью-Йорк)

Наибольшей популярностью пользуются резидентские программы. Это отличный способ создать сообщество художников, научиться новым техникам, усовершенствовать свои приемы. Обычно это выглядит так: вы живете и работаете вместе с другими художниками, получая необходимую помощь и поддержку. Это может длиться неделю. А может – больше года. В одних случаях участие в такой программе потребует от вас изрядной активности и общительности: вам придется ходить на лекции, показывать свои работы кураторам, обсуждать их с наставником. В других случаях вы сможете полностью сосредоточиться на работе, и никто и ничто не будет вас отвлекать. А в конце месяца вам предоставят мастерскую, в которой вполне можно жить, или предложат участие в выставке. Местом прохождения резидентской программы может стать центр крупного города, деревня, горы и даже Карибские острова.

Студийные программы похожи на резидентские за исключением того, что вам не придется менять место жительства. Обычно они проводятся в городах, где недвижимость стоит очень дорого. Если вы никак не можете найти мастерскую, аренда которой будет вам по карману, такие программы – отличный выход. Некоторые из них предполагают проведение семинаров и открытых мастерских, наставника и другое руководство процессом вашей работы (многие называют эти программы резидентскими, хотя это не совсем так).

Другие программы предоставляют художникам дорогостоящее оборудование: печатное, звукозаписывающее, даже фотолаборатории. И совсем уж небольшое количество программ предлагают в качестве вознаграждения различные стажировки, договоры сотрудничества или сравнительно небольшие стипендии для покупки «недорогих» материалов вроде красок.

Конечно, далеко не все из того, что предлагается в качестве неденежного вознаграждения, достанется вам абсолютно даром. Это может быть субсидия или огромных размеров скидка – а вы оплатите остальное.

«Я с удовольствием принимаю участие в конкурсах на гранты: они делают меня свободнее, менее зависимым от коммерческой системы. Это всегда было для меня очень важно – найти способ не жертвовать качеством своей работы, не идти путем повторения или создания ходких товаров. Когда-то гранты и преподавание меня обеспечивали, теперь они стали средством самосовершенствования».

Чарльз Лонг, художник (Маунт-Болди, Калифорния)

«Я была членом комиссий, в которых работают исключительно именитые кураторы. Они собираются несколько раз в год и оценивают заявки по четко определенным критериям. Я бывала и в других комиссиях. Их работа напоминает дружеские посиделки за чашечкой кофе. Не чаще раза в год, и никаких конкретных инструкций. Буквально на прошлой неделе я была на заседании комиссии, где заявки отбирали, судя по всему, основываясь исключительно на личных предпочтениях. Можно было услышать: “М-м-м, ну не знаю, а как вам эта?” или “Смотрите, вот эта вроде ничего”. Я честно старалась добавить немного профессионализма

и без конца повторяла: “Подождите-ка, может, сначала определимся с критериями оценки?”»

Мелисса Поттер, художник, преподаватель Колумбийского колледжа, лектор, Нью-Йоркский фонд искусств (Нью-Йорк)

«Я полагаю, главное – понять, чего именно от тебя хотят. Я говорю об этом постоянно, об этих трех главных вопросах: “Кто я? Чего от меня ждут? Подхожу ли я?” И заканчиваю личным примером, рассказывая о том, как год за годом подавала заявку в Creative Capital, находясь в твердой уверенности, что на 100 % им подхожу. И только в этом году, в очередной раз вяло и неохотно готовя все материалы в самый последний момент, я вдруг поняла, в чем дело: мой проект не имеет никакого отношения к этой программе. Он вообще из другой плоскости, потому-то мне и отказывают. Так что, полагаю, следующую заявку подам не раньше, чем начну работать над подходящим проектом».

Криста Блетчфорд, художница, директор по поддержке художников фонда Джоан Митчелл, бывший куратор учебных программ для художников Нью-Йоркского фонда искусств (Нью-Йорк)

Парочка важных вещей, о которых надо вспомнить перед тем, как подавать заявку

Важная вещь № 1: вы

В Америке более 3000 фондовых организаций, чья деятельность связана с искусством¹⁴. Они курируют более 6000 различных программ. Из них от силы пятнадцать подойдут вам в любом случае, на каком бы этапе своей карьеры вы ни находились. Дело в том, что каждая программа имеет определенные цели, рассчитана на определенную группу художников, определенное направление или течение, определенный род или вид искусства, определенный регион и т. д. Поэтому отсылать заявку на первое попавшееся предложение – пустая трата времени и сил, не говоря уже о том, что бесконечные отказы кого угодно вгонят в тоску. Чтобы выяснить, какая программа подходит вам, а какая – нет, задумайтесь вот о чем:

Что вы делаете

- Что вы за художник?
- Чего вы пытаетесь достичь?
- Что вы хотите выразить?
- Кто ваш зритель?
- Как ваши работы должны воздействовать на зрителя?
- Какое место, по вашему мнению, вы занимаете в современном искусстве?
- Что (или кто) сильнее всего на вас повлияло?
- С какими организациями, поддерживающими искусство, вы связаны?
- К какой социальной группе вы принадлежите?

Что вы хотите делать

- Что вы хотите создать?
- Каким вы видите свое дальнейшее развитие?
- В каком направлении вы хотите двигаться?
- Есть ли материалы, с которыми вы еще не работали, но хотели бы попробовать?
- В какой среде вы хотели бы поработать?
- Хотите ли вы взаимодействовать с людьми, не имеющими отношения к искусству?
- Над каким проектом вы бы хотели поработать в ближайшее время?

Что вам нужно

- Что мешает вам сделать то, что вы хотите?
- Сколько времени вам нужно, чтобы завершить работу над этим проектом?
- Что вам для этого потребуется:
доступ к дорогому оборудованию;
конкретные материалы и конструкции;
осваивание или улучшение конкретных техник работы;

¹⁴ В России также есть множество грантов. См. например <http://theoryandpractice.ru/grants>

наставник;
крыша над головой;
другие художники, с которыми вы могли бы сотрудничать;
единение?

С целью защитить свои финансовые интересы некоммерческие организации тщательно отбирают участников резидентских программ (грантов это тоже касается).

«Пытаясь решить, подавать заявку или нет, найдите такое свое произведение, которое идеально подходит под все требования. Не нужно юлить и стараться адаптировать проект под цели программы. Раньше в течение выставочного сезона нас всегда поддерживал фонд Джерома из Сент-Пола, но после очередной заявки нам отказали: список художников, чьи работы мы показываем, за время нашего сотрудничества сильно изменился, и новые имена и новые работы, видимо, не вписались в их концепцию. Так мы оказались перед наисложнейшим выбором: удовлетворить интересы фонда или следовать по выбранному пути дальше. Они давали нам 5000 долларов – весьма существенно при общем годовом бюджете в 30 000 долларов, но мы решили, что художники важнее. И, знаете, это решение сыграло в нашей судьбе очень важную роль. Оно позволило понять себя и осознать, насколько то место, которое мы занимаем в мире искусства, и миссия, которой мы следуем, важны нам самим».

Джон Расмуссен, директор галереи современного искусства Midway (Миннеаполис)

Важная вещь № 2: они

Все было бы куда проще, знай вы, как устроена та или иная программа, что именно она предлагает, кому и зачем. Фонды и другие учреждения, курирующие подобные программы, обычно зарегистрированы как некоммерческие организации: так они вправе рассчитывать на большее количество налоговых преференций. Компании, которые создают эти фонды, и частные предприниматели, которые их финансируют, используют их для облегчения своего налогового бремени. Впрочем, это не значит, что их не интересует искусство. Интересует, и немало. Они прекрасно понимают, что без поддержки многие художники вовсе не имели бы возможности творить (те, кто недостаточно именит, чтобы галереи были готовы покрыть их творческие расходы, или те, чьи произведения слишком экспериментальны, чтобы пользоваться серьезным спросом на рынке).

И поэтому подобные организации основывают самые разнообразные фонды. Это и небольшие благотворительные фонды, имеющие весьма специфические цели, и огромные ассоциации, через которые каждый год проходят миллионы долларов. Некоторые из них вполне эффективны и отлично держатся на плаву, другие хуже организованы и, чего уж греха таить, куда менее надежны и последовательны в своих решениях. Знание того, насколько велик фонд, в который вы собираетесь отправить заявку, и насколько ему доверяют, поможет вам понять, чего стоит ожидать от такого сотрудничества.

Закон обязывает некоммерческие организации обнародовать информацию о своей структуре и деятельности, поэтому не составит труда узнать все необходимое перед тем,

как принимать окончательное решение. Чем масштабнее программа, тем больше вероятности, что на сайте есть раздел с ответами на часто встречающиеся вопросы. Изучите его, и вы найдете нужные ответы. Менее масштабные программы не так щедры на детали (у некоторых и сайта-то нет), но любая поисковая система быстро выведет вас на упоминания о них в местной прессе, информационных проспектах, ежегодных отчетах и резюме тех художников, которые недавно принимали в них участие.

«Когда в ходе семинаров речь идет о грантах в целом и о том, как найти подходящий, мы говорим, что главное для художника – определиться со своими целями. Большинство думает, что им нужны деньги, но получить их не так-то просто. Куда проще заполучить место в резидентской программе или завести знакомство с полезными людьми. Многие программы дают вам доступ к оборудованию и людям – не больше.

Поэтому мы призываем художников думать об этом в более широком смысле. “Кто я? Что мне действительно нужно?”»

Криста Блетчфорд, художница, директор по поддержке художников фонда Джоан Митчелл, бывший куратор учебных программ для художников Нью-Йоркского фонда искусств (Нью-Йорк)

Так что ищите хорошенько. Копайте по паре часов в течение нескольких дней. Помните: кто ищет – тот всегда найдет. Вместо того чтобы цепляться за далеко не первой свежести новости, случайно услышанные от друзей, и пытаться догнать уходящий поезд, вы будете точно знать все сроки и подготовите заявку заранее. А еще вы будете абсолютно точно уверены, что выбранная программа вам действительно подходит. Подобная уверенность сэкономит немало сил и позволит не размениваться на бесполезные усилия.

Вот на что следует обратить внимание в ходе своих изысканий:

- *Вознаграждение.* Самый легкий способ сузить область поиска. Денежное или неденежное? Квартира в Техасе или мастерская в Нью-Йорке? Нужно ли создавать что-то новое или можно использовать старое (а может, подойдет незаконченная работа, которую не грех бы уже завершить)?

- *Соответствие тематике и требованиям.* Не менее эффективно сокращает область результатов. Есть ли ограничение по месту жительства: конкретный регион или город? А по возрасту? Полу? Национальности? Насколько опытен должен быть художник? Некоторые программы проводятся исключительно для студентов, другие для всех, *кроме* студентов. Бывает так, что одна и та же программа каждый год меняет тематику: один год это театр, другой – танцы, третий – изобразительное искусство.

- *Количественные показатели.* Насколько велика сумма гранта? Как долго длится резидентская программа?

- *Частота.* Как часто подаются заявки? Бывает, что несколько раз в год, бывает, что ежегодно, а некоторые организации делают это лишь раз в несколько лет.

- *Сроки подачи заявки.* Достаточно ли у вас времени? Или, может, не стоит спешить, а лучше подготовить добротную заявку к следующему разу?

- *Сроки проведения.* Сколько времени пройдет между окончанием приема заявок и определением победителей? Как часто заседает комиссия?

- *Бывшие участники.* Кто принимал участие в программе в прошлом году? Как правило, такой список можно легко найти на сайте организации. Походите по сайтам бывших участников, посмотрите на их работы и резюме. Насколько ваше творчество похоже на их? Вы находитесь на том же этапе карьеры (ну, плюс-минус пара лет)? Главное – четко понять, для кого предназначена эта программа.

«Художественное сообщество в наших краях неплохо развито, как мне кажется, но тут совсем нет покупателей из других стран (в отличие от Нью-Йорка, например). Серьезных коллекционеров, интересующихся современным искусством, у нас единицы.

Не знаю, как обстоят дела в других местах, но большинство моих друзей могут получить грант. Нет, попотеть, конечно, придется, но, если вы настроены достаточно серьезно, у вас есть шанс».

Дэвид Салмела, художник и сооснователь Creative Electric Studios (Миннеаполис)

«Очень важно участвовать в разных программах, но еще важнее выбирать те из них, куда вы идеально вписываетесь. Так вы достигнете отличных результатов».

Мелисса Левин, директор резиденции для художников Совета по культуре Нижнего Манхэттена (Нью-Йорк)

«Не усложняйте. Дайте понять, кто вы. Порой мы получаем заявки, в которых люди пишут о желании учиться. Конечно, письмо было немного изменено, но изначально оно явно писалось для заявок на обучение. Это заставляет нас думать, что мы не подойдем таким претендентам – они ведь даже не удосужились как следует изучить нашу программу».

Джозеф Хейвел, художник и руководитель программы Core (Хьюстон)

Как правильно подавать заявку

Если в двух словах, то *следовать указаниям*.

Это главное. Нет, конечно, в этом разделе мы написали кое-что еще, но самое важное – именно эти два слова, потому что организаторы всегда имеют в виду именно то, что пишут в инструкциях. Если на сайте резидентской программы указано «прием заявок начинается в марте следующего года», значит, до марта отправлять ничего не нужно. А если написано «приложите к заявке шесть примеров своих произведений», *приложите к заявке шесть примеров своих произведений*. Не семь. Не пять. И не сорок пять. Ровно шесть.

Никто не пытается загнать вас в узкие рамки или заставить идти на компромисс. Организаторы просто хотят уравнять шансы и заодно понять, насколько серьезно вы подходите к участию в их программе. Вот и продемонстрируйте профессиональный подход, докажите, что для вас это серьезная работа, а не азартная игра.

Большинство организаторов расскажут вам, из каких принципов исходит комиссия при оценке поступивших заявок. Среди всех предъявляемых требованиям, эти – самые важные. Им не так-то просто удовлетворить хотя бы потому, что они не зафиксированы документально, их сложно назвать «требованиями» в прямом смысле этого слова – это скорее критерии. Вот с чем, например, вы можете столкнуться: «Работы претендентов на получение стипендии будут оцениваться по единственному критерию: убедительное видение. Решение выносится на основании коллективного мнения членов конкурсной комиссии». Обратите внимание на фразу про единственный критерий. Это говорит о том, что только этот критерий и будет иметь значение: «убедительное видение». Члены комиссии дадут качественную оценку ваших работ. Поэтому при подготовке к подаче заявки большую часть времени следует посвятить именно этому и подготовить настолько качественные изображения своих произведений, насколько это возможно.

А вот для контраста другой фонд, который ищет «социально значимые» или «общественно востребованные» проекты. Это значит, что в центре внимания будет находиться не столько само ваше творчество, сколько произведенный им *эффект*, будь то общественный резонанс, политические дискуссии или активный интерес публики. Организаторы заинтересованы в «проектах или отдельных произведениях, которые способствуют достижению гендерного равенства в сферах культуры, искусства, науки и политики и провоцируют дискуссии вокруг злободневных проблем современного общества». *Каким* путем вы достигнете поставленной цели, интересуется комиссию в той же мере, сколь и качество ваших произведений.

Если вы не можете ответить на ВСЕ вопросы, перечитайте рекомендации

Удивительно, сколько художников всерьез полагает, что пропускать несколько вопросов в заявочном бланке – нормально, будто это что-то необязательное. А некоторые, когда им кажется, что их спрашивают дважды об одном и том же, могут и вовсе написать что-нибудь вроде: «См. ответ на третий вопрос».

Не делайте так. Одного этого достаточно, чтобы получить отказ.

Даже если два вопроса на самом деле взаимосвязаны, это еще не повод заочно спорить с организаторами. Или вы всерьез думаете, что их главная цель – потратить как можно больше вашего, а заодно и своего, времени?

Так что следует принять как аксиому то, что любой вопрос, каким бы глупым или ненужным он ни казался, задан не напрасно. И уж коли именно авторы этих вопросов будут решать, принять вашу заявку или отвергнуть, самым лучшим вариантом будет смириться и ответить на все вопросы. Абсолютно на все.

Поэтапный план

Мы настоятельно рекомендуем фиксировать, насколько далеко вы продвинулись на своем пути. Кратко изложите основную информацию о программе, в которой хотите принять участие, тип заявки, сроки, контактные данные. Остальное на ваше усмотрение.

- *Организация.* Достаточно наименования, хотя адреса офиса, электронной почты и сайта не помешают.

- *Вознаграждение.* Что именно вы получите в случае успеха.

- *Способ подачи.* Укажите, должны ли вы отправить заявку обычной почтой, заполнить прямо на сайте, представить в виде проектного предложения или же передать как-то иначе. Здесь же можно указать материалы, которые необходимо приложить к основной форме (скажем, резюме, три примера своих работ, две рекомендации и т. д.). Проверьте, есть ли у вас все необходимое. Если информации будет чересчур много для этой таблицы, отведите каждой программе свою страницу.

- *Срок подачи.* Программы, принимающие заявки в любое время года, обычно имеют плавающие сроки (либо они и вовсе бессрочны). Если же заявка должна быть подана строго до определенной даты, будьте внимательны: это может быть как день отправки через почтовое отделение (организаторы определяют дату по штампу на конверте), так и день ее доставки (и ваша заявка должна быть получена не позднее этого дня).

- *Отправлена.* Дата, когда вы отправили организаторам все необходимое.

- *Отклик.* Дата, когда вам ответили (и что именно ответили). Кстати, стоит посмотреть, когда именно ждать отклика – организаторы обычно пишут об этом на сайте. Если же сроки плавающие, вы можете попробовать прикинуть это сами, посмотрев дату ближайшего заседания комиссии по рассмотрению заявок. Если выяснять не удастся, спросите куратора программы.

- *Благодарность.* Неплохо будет написать благодарственное письмо, и не важно, получили вы вознаграждение или нет. И, как вы еще прочитаете ниже, ваша основная задача – выжать максимум пользы из любого отклика, пусть даже это и отказ.

- *Контакты.* Имя, телефонный номер и адрес электронной почты сотрудника, который занимается всеми организационными вопросами. Все просьбы и запросы, сообщения и объявления – его епархия. Это именно тот человек, которому вы будете адресовать все свои вопросы. Но не следует досаждать ему попусту: для начала удостоверьтесь, что нужной вам информации нет в комментариях к форме заявки или на сайте программы. Имейте в виду, что не все такие сотрудники достаточно искушены в вопросах искусства – они могут иметь юридическое или финансовое образование либо быть специалистами в области знаний, близкой деятельности фонда.

СТАТУСЫ ЗАЯВОК							
ОРГАНИЗАЦИЯ	ВОЗНАГРАЖДЕНИЕ	СПОСОБ ПОДАЧИ	СРОК ПОДАЧИ	ОТПРАВЛЕНА	ОТКЛИК	БЛАГОДАРНОСТЬ	КОНТАКТЫ
Нью-Йоркский фонд искусств	\$7000	Онлайн	15.01.2009 (день отправки)	06.01.2009	Ожидается	Оставлена на голосовой почте 16.03.2009	Джейсон (212) 555-1234
FarmArt	Резидентская программа	Обычной почтой в 8 экз.	15.02.2009 (день доставки)	05.02.2009	Получен 15.03.2009	Отправлена 21.03.2009	Беверли (555) 234-5678
Little Boxes	Резидентская программа	Онлайн	30.11.2008 (день отправки)	02.11.2008	Отклонена	–	Сапа sbh@cf.org
Отдел искусств аэропорта	\$2500	Онлайн	Плавающие				Клиф cliff@ap3.gov

Заявочные материалы

Из третьей главы вы уже знаете, как сформировать заявку: образцы работ (изображения), резюме, творческое кредо, статьи из газет и журналов, конверты с вашим адресом и наклеенными марками.

От вас также может потребоваться биография (читайте об этом в четвертой главе) и еще пара вещей, о которых мы вам сейчас расскажем.

Сопроводительное письмо

Мы начинаем с сопроводительного письма, потому что это первый документ в вашей заявке, но заниматься им следует в последнюю очередь. В сопроводительном письме должна быть вся информация, интересующая комиссию, изложенная коротко и ясно. Проще всего сочинять его *после* того, как вы сформулируете творческое кредо и закончите детальное описание проекта и смету. Уложите в одну страницу.

Сопроводительные письма принято составлять так:

- Начать можете с чего хотите: «Позвольте представить вашему рассмотрению свою кандидатуру на получение гранта в размере 5000 долларов» или «Позвольте представить вашему рассмотрению свою кандидатуру на участие в резидентской программе». Или еще что-нибудь столь же понятное, но при этом учтливое.

- Затем объясните, на что планируете потратить полученные деньги или как собираетесь использовать возможности, предоставляемые участием в резидентской программе: «Этот грант позволит мне покрыть расходы на трехмесячную поездку в Эквадор, где я планирую создать серию фотографий» или «Участие в резидентской программе позволит мне уделить достаточно времени работе над фильмом, посвященному последствиям стремительной урбанизации».

- Коротко расскажите о себе, своем опыте и образовании, приведите отдельные факты своей биографии – укажите все, что способно убедить комиссию принять вашу заявку. Особо подчеркните ту сторону своего творчества, которая наиболее точно соотносится с интересами фонда. Об этом мы расскажем подробнее чуть ниже, в разделе «Описание проекта».

- Если организаторов программы интересует общественный резонанс или политическая активность, расскажите о том, кто и в чем выиграет, прими они вашу заявку.

- В конце напишите: «Спасибо, что уделите время рассмотрению моей заявки».

ШАПКА

Дата

Куратор программы
Организатор программы
10456, Нью-Йорк,
Голд-стрит, д. 50

Уважаемый куратор программы _____!

Позвольте предложить вам на рассмотрение свою кандидатуру на участие в _____. Кратко объясняю, что я планирую делать с полученным грантом. В одном предложении рассказываю о своем проекте (см. «Описание проекта»).

Рассказываю о своем опыте, образовании, привожу несколько фактов из биографии, соотносящихся с концепцией программы. Кратко излагаю суть раздела «Предпосылки» из «Сведений о проекте».

Спасибо, что уделили время рассмотрению моей заявки.

С уважением,

Подпись

Имя, 90001, Калифорния,
Лос-Анджелес, Пайнэппл-стрит, д. 20
www.vasheimya.net

Сведения о проекте

Это подробное объяснение того, что из себя представляет ваш проект. Как и в случае с сопроводительным письмом, этот документ имеет определенную структуру, хотя для некоторых программ потребуется изменить порядок частей, сместить акценты и т. д. Разумеется,

в этом случае следует беспрекословно следовать инструкциям. В большинстве же своем описание проекта выглядит примерно так.

Аннотация

Краткое – не больше абзаца – изложение того, что содержится в документе. В аннотации должна быть сформулирована суть вашей заявки и дано общее описание проекта. Пишите ее *после* того, как сделаете все остальное (и затем можете использовать как основу для сопроводительного письма).

Предпосылки

Объясните, чем вызван ваш интерес к программе, опишите свой опыт, связанный с предлагаемой тематикой. Чем ближе и прочнее эта связь, тем лучше. Она же есть, правда? Вы уже прочитали, о чем нужно задуматься перед тем, как подавать заявку. Значит, должны понимать: основная причина, по которой вы вообще решили принять участие в этой программе, – это близость вам ее тематики.

Описание проекта

Расскажите, о чем ваш проект. Здесь отлично подойдет тот же алгоритм, который мы давали в третьей главе, рассказывая о формулировании творческого кредо: мозговой штурм, структура, черновик, редактирование. Создайте цельное и связное повествование. Описать конкретный проект, кстати, даже легче, чем сформулировать творческое кредо, но все же не *настолько* легко, чтобы делать это спустя рукава. И снова те же рекомендации: простота и честность, никаких метафизических мудрствований и псевдоинтеллектуальных измышлений. Старайтесь быть настолько краткими, насколько это вообще возможно. Четко и ясно: кто, что, где, когда и зачем.

**КОГДА ВЫРАСТУ,
СТАНУ УСТРАИВАТЬ ПЕРФОРМАНСЫ
И БУДУ У ВСЕХ НА ВИДУ ЗАСОВЫВАТЬ
ВСЯКИЕ ШТУКОВИНЫ СЕБЕ В АНУС.**



Сроки или график

Здесь следует быть настолько подробным, насколько позволяет объем документа.

Аудитория

Если проект создается в расчете на определенную целевую аудиторию, расскажите об этом: пол, возраст, социальная группа и т. д.

Ожидаемый эффект

Изложите свои цели, расскажите об ожиданиях.

Благодарность

Поблагодарите комиссию за время, которое она потратила на рассмотрение вашей заявки.

В каждой программе имеют хождение свои термины. Обратите внимание на слова, используемые в инструкциях для кандидатов. Подражайте. Если вас просят о «графике», пишите о «графике», а не о «сроках». Использование одинаковой с организаторами терми-

нологии сведет к минимуму любую двусмысленность и возможное недопонимание. Это позволит комиссии быстрее понять, на что именно вы рассчитываете, подавая заявку на участие в программе, и сконцентрироваться на сути.

Не забудьте отделить аннотацию от остальных сведений о проекте подзаголовком. Подзаголовки к другим разделам пригодятся и в том случае, если документ объемён, и потому найти в нем нужную информацию довольно трудно.

Кстати, уж коли речь зашла об объеме... *Помните про ограничения.* Даже и не думайте о том, чтобы их превысить. Ничего страшного, если черновой вариант получился слишком длинным – вы всегда можете его отредактировать и сократить, исходя из конкретных требований той или иной программы. Только редактировать и сокращать начните заранее. И не забудьте попросить кого-нибудь из знакомых проверить текст перед тем, как отсылать его организаторам.

Бюджет проекта

Некоторые программы потребуют от вас заполнения специальной формы, в которой вы должны будете спланировать бюджет. Это просто отлично, ведь в таком случае не придется гадать, чего от вас ждут организаторы. Другие программы не предусматривают специальных форм, рассчитывая на то, что вы знаете, что такое бюджет и как его планировать и оформлять. Если вам попадается вторая – пишите все-все, потому что в финансовых вопросах информации никогда не бывает слишком много. Перечислите все расходы и вероятные доходы, чтобы показать, насколько профессионально вы относитесь к своему проекту и насколько хорошо разбираетесь в том, что делаете. Бюджет должен дополнять общие сведения о проекте. Мы дадим вам несколько советов о том, как составить этот документ, а следовать им или нет – решать вам. Если хоть один из них покажется вам полезным, любым способом постарайтесь воплотить его в жизнь. Итак:

БЮДЖЕТ ПРОЕКТА		
РАСХОДЫ	СУММА	ПРИМЕЧАНИЯ
Персонал		
Поездки		
Оборудование		
Материалы		
ИТОГО (РАСХОДЫ)		
ДОХОДЫ	СУММА	ПРИМЕЧАНИЯ
Активные доходы		
Пассивные доходы		
Неденежная помощь		
ИТОГО (ДОХОДЫ)		
ОБЩАЯ СУММА ЗАЯВКИ		

Расходы Персонал

Пропишите, сколько вы собираетесь заплатить всем, кто вам помогает: ассистентам, веб-дизайнерам, печатникам, подрядчикам, адвокатам и разным консультантам. Планируйте столько, сколько в среднем получают на рынке специалисты их уровня в настоящий момент. Фрилансерам платите согласно объему выполненной работы (при этом имейте в виду, что вы не можете пообещать им процент от вознаграждения, потому что его размер никак не зависит от того, что они сделают для вас). Включить себя самого в графу «Персонал» скорее всего не получится, поэтому не надейтесь положить часть полученной суммы себе в карман в качестве гонорара – грант следует использовать только для покрытия расходов, непосредственно связанных с реализацией проекта (см. разделы «Поездки», «Оборудование», «Материалы»). В большинстве случаев фонд никак не покроет ваши личные текущие расходы, так что искать на них деньги придется самостоятельно – найти временную подработку, например. Так что если вам вдруг попадется программа, предусматривающая компенсацию таких расходов, – радуйтесь. Creative Capital, например, практикует поощрение успешных участников гонорарами – определенным процентом от бюджета проекта.

«Итого» и «Примечания»

Запишите общую сумму расходов в графе «Итого». А еще есть колонка «Примечания», которая дает вам прекрасную возможность продемонстрировать свои математические таланты и заливчато переумножить почасовую ставку какого-нибудь консультанта, количество часов, уделенных вам в день, а затем и количество дней: « $\$27/\text{час} \times 4 \text{ часа/день} \times 2 \text{ дня}$ ».

Поездки, оборудование, материалы

Эти статьи расходов связаны с проектом непосредственно, поэтому фонд, скорее всего, возместит вам потраченные суммы (конечно, если они обоснованы: полет первым классом вам не оплатят, а вот такси до аэропорта – вполне). Проведите небольшой мониторинг: обзвоните несколько магазинов, посмотрите цены на билеты, соберите документы, подтверждающие расходы на содержание мастерской и оборудование.

«Итого» и «Примечания»

То же, что и в предыдущем случае, только здесь вы объясняете общую сумму, умножая цену за единицу товара на количество этих единиц: «лампочки – $\$1,75/\text{шт.} \times 450 \text{ шт.}$ » или «билеты на поезд (в оба конца) – $\$75/\text{билет} \times 2 \text{ направления} \times 2 \text{ поездки}$ ».

«Итого» по всем расходам проекта

Добавьте и такую колонку. Она будет наглядно показывать, во сколько обойдется проект.



Доходы

Активные доходы

Здесь нужно перечислить все деньги, которые только ваш проект принесет (если это вообще произойдет). Например, если он будет выставляться, его, возможно, купят. Хотя прибыль будет и без этого, если посмотреть на вопрос глазами музеев, – ведь проект будет стимулировать рост продажи билетов и сувенирной продукции, количества проводимых экскурсий и учебных семинаров. Постарайтесь хотя бы приблизительно оценить возможный доход по каждому из этих пунктов. Укажите и те деньги, которые рассчитываете заработать с продажи концептуально связанных с проектом вещей (как происходит на благотворительных распродажах, например). Гранты и другие вознаграждения здесь указывать не надо: они относятся к следующему разделу.

Пассивные доходы

Это пожертвования, спонсорская помощь, вознаграждения, *включая то, на которое вы рассчитываете, подавая эту заявку*. Поскольку большинство грантов не покроют абсолютно все издержки, связанные с проектом, источников финансирования вам потребуется несколько. Перечислите их здесь, чтобы показать организаторам, насколько их участие впишется в общую картину. Не забудьте и про те программы, на участие в которых вы подавали заявки, но еще не получили ответ, – просто добавьте пометку «на рассмотрении» или «заявка подана» (поверьте, в этом нет ничего постыдного или неправильного: организаторам *нра-*

вится, если они видят, что в своем стремлении воплотить свой проект в жизнь вы ищете разные пути и способы, а не полагаетесь исключительно на их помощь).

Неденежная помощь

Здесь в денежном выражении перечислите все, чем помогут вам люди в работе над проектом: предоставят место или оборудование, просто уделят ему свое время («в денежном выражении» – это та сумма, которую вам пришлось бы потратить на тот или иной вид помощи, а не то, чего стоило этим людям помочь вам). Как обычно, все вычисления проводите в колонке «Примечания» в самом подробном виде.

«Итого» по всем доходам проекта

Сведите воедино все цифры, указанные в таблице доходов, в специальной колонке. Это и есть ваше «Итого». Будет идеально, если цифра доходов точно совпадет со стоимостью проекта. В небольших отклонениях (будь то дефицит или профицит) нет ничего страшного, а вот слишком большая разница покажет организаторам, что у вас есть определенные проблемы с бюджетным планированием: либо вы не способны найти достаточное финансирование, либо просите больше, чем нужно (для проекта, естественно, не для собственного пропитания).

Объем неденежной помощи должен соотноситься с расходами. Если вам предоставили помещение для работы, внесите этот пункт в раздел «Неденежная помощь», а также впишите в расходы сумму, эквивалентную стоимости аренды этого помещения.

Общая сумма заявки

Столько, сколько именно вы просите. Эта цифра должна совпадать с той, которая прописана в «Пассивных доходах», включая и другие гранты, которые вы уже получили или надеетесь получить. Это необходимо, чтобы комиссия могла легко и быстро найти запрашиваемую вами сумму.

Осторожнее с расходами, компенсация которых не предусмотрена программой. То есть в бюджет-то их включите, но отдельным подразделом, причем не только в таблицу расходов, но и в таблицу доходов. Тем самым вы покажете, что планируете найти для этих расходов другой источник финансирования, и организаторам не придется отказывать вам в их компенсации. Тем более что они об этом уже говорили.

Если планируемые доходы меньше расходов, в сноске в конце документа стоит указать, что разницу вы готовы покрыть самостоятельно. Только имейте в виду, что чересчур большая сумма может вызвать подозрения, так что разумно будет составить отдельную табличку по выходящим за пределы лимита расходам. Большинство комиссий обратит внимание на вашу финансовую ситуацию и примет ее во внимание, и не важно, вменено ли это им в обязанность или они подсознательно будут пытаться определить, кому из соискателей вознаграждение нужнее. Однако специально создавать о себе впечатление как о человеке нуждающемся не следует: комиссия может подумать, что завершить проект вам не по силам. В то же время, если вы покажетесь им достаточно обеспеченным, грант вам могут не дать лишь потому, что не увидят в этом острой необходимости. Спросите организаторов, соответствует ли ваша заявка задачам программы.

Некоторые художники предпочитают умолчать о количестве программ, в которых принимают участие, чтобы уравнивать доходы и расходы с запрашиваемой суммой. Допустим, вашим бюджетом предусмотрены 7000 долларов расходов и только 5000 долларов доходов без учета гранта размером 2000 долларов, заявку на который вы подаете. Вместо того чтобы вписывать эти 2000 в «Пассивные доходы», как мы советовали чуть выше (в этом случае как расходы, так и доходы будут равны 7000 долларов), можете оставить все как есть – 7000 в расходах и 5000 в доходах, а 2000 представить как сумму, на которую рассчитываете.

Рекомендуем планировать бюджет на компьютере с помощью Excel или любой другой программы для работы с таблицами. Обычные текстовые редакторы тут *не годятся*. Если вы с электронными таблицами «на вы», срочно переходите «на ты»: на освоение программы, которая умеет сама считать и делать еще много чего полезного, времени уйдет куда меньше, чем на бесконечные сложения, вычитания, умножения и деления на калькуляторе при пересчете всего бюджета каждый раз, когда прогнозируемые суммы чуть меняются. И подумайте о том, чтобы документ было удобно читать. Используйте крупный шрифт, выделите полужирным все итоговые суммы, возьмите в рамку общую сумму запроса – сделайте все, чтобы на таблицу бюджета было приятно смотреть. Используйте шрифты с засечками – короткими штрихами на концах букв, напоминающими крючки и плашки. Читать такой текст куда проще и удобнее. И еще одно: какой бы шрифт вы ни выбрали, используйте в заявке только его.

Финансовая информация

Многие организации просят приложить к заявке документ, называющийся «Обоснование потребности», или любой другой, сообщающий финансовую информацию, не отраженную в бюджете проекта: отчет о налогах или банковскую выписку. Еще от вас могут попросить оценить свои ежемесячные доходы и расходы и указать, сколько вы зарабатываете на продаже своих произведений.

Взносы

Возможно, вам придется уплатить некоторую сумму за участие в программе. Так фонды (в первую очередь некоммерческие) покрывают организационные расходы.

Почтовая открытка для ответа

Приложите к заявке открытку с заполненным обратным адресом, чтобы организаторы могли подтвердить, что ваши документы получены. Это не вместо конвертов (в которых возвращают материалы), а в дополнение к ним.

Некоторые программы просят о «дополнительных сопроводительных материалах»: брошюрах, каталогах, рекомендательных письмах и т. д. Если представляемый вами проект масштабнее и амбициознее всего, что вы делали до этого, рекомендательные письма (или письмо от организации или сообщества) способны склонить чашу весов судьейского решения в вашу пользу.

Рекомендательные письма

Самые лучшие рекомендации дадут вам люди, которых вы хорошо знаете, которые хорошо знают вас и чье мнение может иметь для комиссии определенный вес. Пересмотрите свое резюме и обратите внимание на тех, кто был вашим наставником, когда-либо знакомился с вашим творчеством, писал о нем или помогал в организации выставки. Так кого же выбрать, чтобы произвести впечатление на организаторов? Если ваш проект связан с академическим искусствоведением, попросите о рекомендательном письме своего бывшего преподавателя. Если же составляете заявку на участие в резидентской программе, направленной на развитие сотворчества, – вам пригодится отзыв куратора или другого художника, способного рассказать, насколько активное участие вы принимаете в жизни художественного сообщества.

Помните, что все рекомендации должны быть актуальными. Наверняка университетские преподаватели – первые, к кому вы отправитесь. Но чем больше времени проходит с момента получения диплома, тем менее ценны их письма (если, конечно, вы не поддерживаете дружбу с ними и не держите в курсе всех событий своей творческой жизни).

Обращаясь к кому-нибудь с просьбой написать рекомендательное письмо, расскажите о программе, в которой собираетесь принять участие. Дайте почитать описание проекта, покажите изображения своих последних работ. Спросите, нужна ли ваша помощь в написании рекомендации – может быть, список качеств, которые, по вашему мнению, крайне желательно в ней отразить.



«Наличие фискального спонсора позволило мне претендовать на большее количество грантов (множество фондов сотрудничают исключительно с некоммерческими организациями). А еще это дало мне

возможность не платить налоги с тех средств, которые жертвуют на мое творчество частные лица. С таким спонсором, как Нью-Йоркский фонд искусств (или любая другая крупная организация), вы вдобавок получаете своеобразный “знак качества”, поскольку они спонсируют далеко не каждого желающего. Возрастет не только количество программ, в которых вы сможете принять участие, но и их значимость и значительность».

Ив Мошер, художница (Нью-Йорк)

«Нет такого гранта, который подойдет каждому. Не нужно воспринимать подобные программы как возможность получить оценку своему творчеству. Не забывайте, что любая, пусть самая профессиональная, комиссия – это прежде всего люди, у них есть свои права и предпочтения, и угодить вкусам каждого не получится.

Я участвовал в паре поистине великолепно организованных резидентских программ и получал гранты, которые были мне по-настоящему нужны и полезны. Но самые главные в моей карьере – резидентура фонда Гуггенхайма в 1998 году и грант Фонда Джоан Митчелл в 1999-м. После череды бесконечных отказов в критической, казалось бы, ситуации они просто вытащили меня из болота в тот самый момент, когда я уже было собрался радикально пересмотреть подход к своему творчеству, а то и вовсе бросить работу. Для меня это был отличный урок: все гранты хороши, но есть те немногие, которые сваливаются тебе на голову именно тогда, когда больше нужны».

Майкл Джусу, художник (Нью-Йорк)

Фискальные спонсоры

Некоторые государственные учреждения предлагают вознаграждения только некоммерческим организациям, а не частным лицам. Чтобы принять участие в такой программе, вам понадобится так называемый фискальный спонсор – организация, которая подаст заявку за вас благодаря своему некоммерческому статусу. Документы все равно придется готовить вам, но фискальный спонсор при необходимости окажет вам техническую и финансовую поддержку.

Одни компании открыто предлагают подобные услуги на своих сайтах, другие этого не делают, но это не значит, что вы не можете попробовать обратиться и к ним. Имейте в виду, что в этом случае вам придется составлять еще одну заявку, что может занять немало времени. В некоторых случаях процесс обращения в организацию, предлагающую фискальное спонсорство, мало чем отличается от подачи прямой заявки на грант, в других от вас потребуются подготовить великое множество самых различных документов, чтобы организация позволила вам воспользоваться своим названием и некоммерческим статусом.

Почти любая некоммерческая организация (необязательно даже связанная с искусством напрямую) имеет право выступать в роли фискального спонсора. Поиск стоит начать с сайтов крупных финансовых или государственных учреждений, вроде Национального фонда поддержки искусств США – посмотрите, каким организациям они оказывают поддержку. Это и есть ваши потенциальные фискальные спонсоры. Нью-Йоркский фонд искусств, например, одна из наиболее крупных таких компаний в стране, обязательно загляните к ним на сайт. Можно поискать и у себя в городе.

Перед подачей заявки на грант вам понадобится подписать контракт с организацией, которая будет представлять ваши интересы. Убедитесь, что у вас есть все необходимые лицензии и другие документы, подтверждающие ваши права собственности. В контракте обязательно должно быть обозначено, получит ли ваш фискальный спонсор за свои услуги фиксированную плату или определенный процент от доходов (обычно не более 15). Еще там может быть информация о том, как именно вы должны отчитаться перед организацией по факту расходования полученных в качестве гранта средств. Скорее всего, у организации, выступающей в качестве фискального спонсора, уже есть определенная форма договора. Покажите ее юристу, который вас обычно консультирует, – вам нужно убедиться, что вы получите именно то, на что рассчитываете.

Не забудьте внести в проект бюджета все те суммы, которые выплачиваете своему фискальному спонсору.

И что теперь?

Поздравляем, вы отправили заявку! Наберитесь терпения: ждать ответа, возможно, придется долго. Вплоть до года. После того как пройдут назначенные сроки и все заявки будут получены, организатор начнет их изучать. Порой это длится месяцами.

Сначала будут отсеяны те заявки, которые явно не соответствуют предъявляемым требованиям. Остальные отправятся на рассмотрении комиссии, которая соберется для этого один или несколько раз – в зависимости от того, сколько заявок предстоит рассмотреть. Комиссия решит, кто из соискателей получит грант (или другое вознаграждение). Затем будут разосланы ответные письма, и лишь спустя какое-то время после этого победители получат вознаграждение.

Многие организаторы выкладывают на своих сайтах график рассмотрения заявок, что делает этот процесс менее таинственным.

Отзывы и благодарность

Каким бы ни было решение комиссии, как только получите ответ, обязательно отправьте организаторам письмо с благодарностью за время, которое они уделили рассмотрению вашей заявки. Так вы покажете, что вам еще интересна эта программа.

Некоторые программы обязуются ответить на каждую заявку – воспользуйтесь этой возможностью и попросите организаторов поделиться своим мнением. Многие художники, кстати, почему-то эту возможность игнорируют, хотя это, по сути, единственный способ узнать, что вы сделали не так и есть ли смысл попробовать еще раз. Даже если организаторы не заявляют о своей готовности отвечать на заявки, спросите, могут ли они поделиться с вами подобной информацией.

Не забывайте, что очень многие художники раз за разом подают заявки на участие в одной и той же программе, прежде чем получают желанный грант. Мы знаем художницу, которая заинтересовала комиссию лишь на *семнадцатый* раз. Это, конечно, немного чересчур – шести отказов вполне достаточно, чтобы понять, что пора направить энергию в другое русло. Но пример этот весьма показателен. Так что имейте его в виду, подавая свою первую заявку на участие в любой популярной программе, каким бы пугающе большим ни было количество ваших конкурентов (почитайте восьмую главу, в которой мы рассказываем об отказах, и вы узнаете, как много художников порой претендует на один-единственный грант). Секрет заключается в том, что иногда комиссия намеренно отклоняет заявку в надежде получить ее еще раз как подтверждение серьезности намерений кандидата, так что не следует рассматривать отказ как окончательный и бесповоротный провал. К тому же состав комиссий из года в год меняется, и, если вашей заявкой не заинтересовались одни люди, возможно, ею заинтересуются другие.

Просто попробуйте оценить свою заявку со стороны – честно и объективно. Убедитесь, что она будет соответствовать целям программы в следующем году, внесите все нужные исправления и смело отправляйте снова. Если вам отказали в шестой раз, возможно, эта программа не так хорошо вам подходит, как вы думаете.

Глава 7

Показ работ

Коммерческие галереи – не единственное место, где можно выставляться. Даже если главная ваша цель – найти галерею, в мире существует множество других возможностей: реестры и картотеки, виртуальные галереи, коллективные мероприятия, некоммерческие организации, художественные ярмарки, магазины и рестораны. Мы расскажем вам о каждой из этих возможностей, а потом – и о сотрудничестве с коммерческими галереями.

«За последнее время понимание роли художника сильно изменилось, особенно в Нью-Йорке. Здесь жизнь мира искусства все больше и больше сосредотачивается вокруг галерей. Размышляя порой о той помощи, которую оказывает авторам наш фонд, я все чаще прихожу к заключению, что наша первейшая обязанность – сформировать у них как можно более полное понимание того, что вообще значит быть художником. А это означает – активно участвовать в жизни сообщества. И выставляться не только в коммерческих, но и в некоммерческих галереях».

Криста Блетчфорд, художница, директор по поддержке художников фонда Джоан Митчелл, бывший куратор учебных программ для художников Нью-Йоркского фонда искусств (Нью-Йорк)

«Думайте наперед. Сформулируйте долгосрочную цель, наметьте перспективы. Что будет с вашей карьерой через двадцать лет?»

Андреа Розен, галерея Андреа Розен (Нью-Йорк)

«Не делайте ничего для того, чтобы понравиться публике. Многие этого не понимают. Ведь как рассуждает художник? Галеристы могут сделать мою жизнь куда лучше, именно они все решают, поэтому главное – пробиться в коммерческую галерею. Нет бы сказать себе: “Я просто буду делать то, что нужно. Проект понравится людям и привлечет ко мне внимание, и, может быть, мне даже удастся что-нибудь продать. А может быть, и нет”. Конечно, каждый решает сам, каким ему быть художником, как творить и как развиваться. Постановка целей – важная часть этого».

Криста Блетчфорд, художница, директор по поддержке художников фонда Джоан Митчелл, бывший куратор учебных программ для художников Нью-Йоркского фонда искусств (Нью-Йорк)

Поиски

Как бы ни впечатляла ваша заявка (превосходные изображения работ, внушающее уважение резюме, безупречно сформулированное творческое кредо), отправить ее не туда – все равно что выбросить на помойку. Поэтому очень важно всерьез подумать о том, чего вы хотите, и объективно оценить перспективы своего развития. Даже если вы по-настоящему хороши, а ваши работы весьма интересны, подобный реалистичный взгляд будет исключительно полезен. Хотя бы для того, чтобы не бросаться в первую попавшуюся галерею.

Подыскивая пространство для показа своих работ, ответьте на вопросы из шестой главы (там речь шла о грантах и резидентских программах). И вот еще несколько:

- В каком окружении ваши работы будут смотреться лучше всего?
- Вам важно контролировать условия, в которых будут демонстрироваться работы?
- Хотите ли вы продавать свои работы?
- Сколько места нужно для показа ваших работ?
- Нужна ли вам финансовая поддержка какой-нибудь организации?
- Что представляет собой ваша нынешняя аудитория? А какова она должна быть в идеале?
- Сумеете ли вы сработать с персоналом этого пространства?

Ответы на эти вопросы (равно как и ответы на вопросы из шестой главы) должны помочь вам понять, что именно вы хотите найти. Следующий шаг – список художников, которых вы уважаете и на которых равняетесь (не важно, насколько они знамениты и успешны). Почитайте их резюме (они наверняка есть в Сети) – скорее всего, вы наткнетесь на организации, о которых никогда не слышали. Разузнайте о них побольше и, если сочтете, что вы друг другу подходите, добавляйте их в свой список.

Проверьте свои контакты: вдруг найдется кто-нибудь, кто связан с этими организациями. Люди, с которыми вы познакомились в открытой мастерской или во время работы в коллективных мастерских, могут быть очень полезны в таких вопросах.

Вот почему очень важно сфокусироваться на тех связях, которые у вас уже есть. Эти люди могут и хотят вам помочь. Если вы стремитесь выставляться в галерее, но в данный момент на ваши работы смотрят разве что преподаватели, значит, самым простым и разумным способом показать свои работы более широкой публике будет университетская галерея или некоммерческая организация. Это не значит, что вы должны отказаться от идеи сотрудничества с галереей, которая вам приглянулась. Это значит, что для достижения желаемой цели вам предстоит преодолеть несколько ступеней. В начале творческого пути на ваши произведения, скорее всего, смотрят лишь друзья и знакомые. В этом случае лучше сначала снискать признание чуть большей аудитории и только потом замахиваться на что-нибудь более серьезное.

«Я довольно часто пользуюсь онлайн-картотеками, чтобы найти новых художников. Очень полезная штука. Еще в самом начале своей карьеры я как-то устраивал выставку в галерее NURTUREart в Бруклине. И так я нашел всех художников. Просто сел и три часа смотрел на изображения, отбирая те из них, которые, по моему ощущению, соответствовали концепции выставки».

Дэвид Гибсон, куратор и критик (Нью-Йорк)

«Чтобы поддержать местных художников, мы регулярно, раз в полгода, принимаем заявки на добавление их работ в нашу картотеку. Это отличный

способ создать общую картину творческой жизни Сент-Луиса (а сейчас и всего Среднего Запада). Любой желающий может посмотреть на произведения художников, живущих и работающих здесь, и внимательно изучить те из них, которые пришлись ему по душе. Для художников же это реальная возможность показать свое искусство под эгидой официальной организации. Раньше, бывало, мы приглашали своих авторов принять участие в отборе материалов для картотеки. Надеюсь, что эту практику удастся возродить, ведь постоянное обновление – не только залог нашего развития, но и возможность показать себе (и посетителям, разумеется), чем живет и дышит искусство в этой части страны».

Лора Фрид, куратор Музея современного искусства Сент-Луиса (Сент-Луис)

«Онлайн-реестры удобнее, чем бумажные картотеки изображений: произведений больше и увидеть их проще, ведь для этого нужно просто зайти на наш сайт и нажать соответствующую ссылку. Да, когда-то у нас была картотека, но попасть в нее можно было только дважды в неделю. А онлайн-реестр доступен двадцать четыре часа в сутки семь дней в неделю, и вам даже не нужно выходить из дома».

Хиллари Видеман, художница и бывший менеджер галереи Artists Space (Нью-Йорк)

Реестры и картотеки изображений

Один из способов, с помощью которого кураторы и галеристы открывают для себя новые имена, – поиск по реестрам и картотекам. Это базы изображений, которые пополняют сами художники. До наступления цифровой эпохи они назывались «реестрами слайдов». Сейчас изображения могут представлять из себя как распечатанные файлы, так и цифровые изображения.

Некоммерческие организации ведут реестры или картотеки для облегчения организации групповых выставок. Иногда они занимаются этим сами, иногда обращаются к помощи независимого куратора. Сейчас почти каждый такой реестр доступен в Сети, так что любой куратор или галерист из любой точки мира может легко получить к нему доступ и найти подходящих художников.

Каждая организация, ведущая собственный реестр или картотеку, как правило, размещает у себя на сайте инструкции, как попасть в эту базу. Имейте в виду, что некоторые реестры строго модерируются, так что вам вполне могут отказать. А в другие добавить свои изображения может практически любой желающий. Труднее попасть в картотеки распечатанных файлов: у организации может банально не быть места, чтобы хранить все, что к ним поступает.

Так что, как видите, существует множество причин, по которым в реестрах и картотеках следует размещать только самые лучшие из своих изображений (вместе с резюме и контактной информацией, разумеется). А так как поиск на большинстве сайтов ведется по ключевым словам, сформулируйте описание так, чтобы ваши работы появлялись в результатах в ответ на самые разные запросы.

Многие организации стремятся идти в ногу со временем и потому регулярно проводят ревизию своих реестров, так что не забывайте периодически – скажем, раз в пару лет – присылать им новые изображения, чтобы показать, что вы все еще в обойме. Впрочем, даже если организация этого не делает, позаботьтесь о себе сами – пишите им каждый раз, когда меняются контактные данные или получилось создать что-то новое.

Осторожно, мошенники!

«Есть несколько сайтов, которые притворяются онлайн-реестрами. На первый взгляд они выглядят совершенно безобидно, и только внимательно присмотревшись, вы увидите глупые орфографические ошибки или прописные буквы в неподходящих местах – все то, что характерно для спамеров.

Допустим, вам приходит письмо от некой женщины, которая “переезжает из Арканзаса в Лондон и решила приобрести произведение искусства”. Причем она пишет, какую именно работу хочет купить, а не просто “Я в восторге от вашего творчества”. По электронной почте вы договариваетесь о цене, женщина обещает выслать вам чек на сколько-то там сотен (тысяч?) долларов и просит отправить работу в Лондон. Чек действительно приходит, причем на сумму, в 2–2,5 раза превышающую оговоренную (то есть, если вы сошлись на двух тысячах долларов, в чеке будет указано пять). Как порядочный человек вы, естественно, сообщаете покупательнице об ошибке. В ответ она просит вернуть всего две тысячи, позволяя оставить себе лишнюю тысячу в награду за честность.

Окрыленные такой щедростью и самим фактом того, что кто-то купил вашу работу, вы бросаетесь переводить деньги, даже не обналичив чек, который потом, как вы уже догадались, окажется недействительным, а вы потеряете две тысячи».

Хиллари Видеман, художница и бывший менеджер галереи Artists Space (Нью-Йорк)

Виртуальные галереи и художественные сообщества

Существуют сайты, работающие как реестры, но при этом напрямую не относящиеся ни к одной конкретной организации. Один из самых популярных таких ресурсов, открытых для всех желающих, – saatchionline.com, администрируемый лондонской галереей Саатчи. Подумайте, может, вам подойдет такой вариант.



«Многие художники относятся к необходимости тщательно изучить галерею, с которой собираются сотрудничать, спустя рукава. Откройте резюме других художников (они наверняка есть на сайте галереи) и посмотрите на список их выставок. Он расскажет все, что вам нужно знать: где они выставлялись, какие резидентские программы проходили. Мало просто просмотреть их работы, выложенные на сайте».

Кевин Янковски, заместитель директора по вопросам карьеры Школы дизайна Род-Айленда (Провиденс)

Больше всего пользы от тех из них, на которых предусмотрена функция поиска и которые позволяют вместе с изображениями загрузить резюме. Воспринимайте эти проекты как свой собственный сайт: размещайте на них только лучшие работы и не рассказывайте о себе ничего лишнего.

Осторожнее с теми сайтами, которые предлагают посредничество в продаже ваших произведений. Внимательно прочитайте правила пользования и вообще любой текст, набранный мелкими буквами. Свяжитесь с художниками, чьи имена упомянуты на этом сайте: возможно, они смогут развеять ваши сомнения.

Ты весь такой альтернативный

Термин «альтернативное пространство» обычно применяется к любой организации, которая не будет коммерческой галереей (хотя последние порой любят именовать себя альтернативными).

В этой главе мы описываем лишь самые популярные и распространенные из них, но ведь такое пространство при должной инициативе можно создать где угодно: в библиотеке и ботаническом саду, научном центре и палеонтологическом музее (и даже в больнице). Исходите из принципа сообразности среды содержанию произведений и всеми силами добивайтесь этого, помещая работы именно там, где, по-вашему, им и место.

«Пространство», кстати, не обязательно должно быть неким помещением. Сейчас, например, набирает обороты разномастный самиздат: книги, каталоги, интернет-журналы, подкасты, сайты, посвященные одному проекту.

«Иметь собственную галерею здорово, но есть одно “но”: иногда приходится отказывать некоторым художникам, даже если тебе безумно нравятся их работы. За год ты можешь показать от силы десять авторов, и это в лучшем случае. Не так уж и много, правда? Но нам очень и очень хочется создавать искусство вместе с этими людьми, а потому мы пытаемся как-то выйти из положения, запуская самые разные проекты. Некоторые из них более традиционные, другие – менее, вроде галереи без стен. А еще мы запустили собственную радиопрограмму. Представляете? Мы всего лишь хотели сделать шаг вперед, а оказались на общественном радио».

Дэвид Салмела, художник и сооснователь Creative Electric Studios (Миннеаполис)

Коллективные мероприятия

Один из неплохих способов показать свое творчество – организовать выставку совместно с другими художниками. И не важно, хотите вы представить плоды общей работы или каждый будет демонстрировать собственные работы. Объединив усилия, вы значительно облегчите себе задачу поиска и аренды площадки. Рекламирывать выставку тоже будет значительно проще.

Наряду со всеми очевидными преимуществами, однако, есть и недостатки: необходимость идти на компромисс, разница в творческих подходах и многое-многое другое. Так что, прежде чем принять окончательное решение, обдумайте все хорошенько:

- Кто, кроме вас, будет заниматься организацией мероприятия?
- Будете ли вы готовы принять новых участников уже после старта проекта?
- Как именно будут разделены обязанности?
- Как вы будете принимать решения: на основании мнения большинства или исключительно единогласно?
- Будет ли это единичное мероприятие или долгосрочный проект?
- Каждый ли из участников получит возможность показать свои работы? С какой периодичностью?
- Как будет решаться, какие именно произведения выставлять, продавать ли их и если да, то по каким ценам?
- Как будут распределяться вырученные средства?
- Что будет, если один из участников решит выйти из игры?

Вопросы, как видите, вполне серьезные и могут уничтожить на корню любой энтузиазм, но искать ответы на них нужно именно в самом начале, ведь потом, когда вы и ваши друзья вдруг обнаружите, что ожидали от проекта совершенно разных вещей, может быть слишком поздно.

Некоторые художники решаются открыть собственные галереи. В этом случае проблем обычно возникает куда меньше, чем при организации коллективной выставки, но это не значит, что их нет совсем. Если этот путь кажется вам интересным, можем посоветовать книгу Эдварда Уинклмана «Как открыть собственную коммерческую галерею и заставить ее работать» (How to Start and Run a Commercial Art Gallery).

Даже если начинать собственный галерейный бизнес вам не хочется, познакомиться с опытом коллег лишним не будет – вдруг вы сможете выставить свои работы? Конечно же, подходить к сотрудничеству с ними нужно так же, как и к сотрудничеству с любой другой коммерческой галереей, но договориться будет куда проще, да и понимания вы найдете больше, ведь, как говорится, рыбак рыбака видит издалека.

Жертвуйте работы некоммерческим организациям

Многие некоммерческие организации проводят аукционы: продают пожертвованные им произведения искусства, чтобы заработать деньги на реализацию каких-то программ. Это отличный способ показать себя и свое творчество.

Помните о трех вещах:

1. *Жертвовать свои работы – все равно что жертвовать деньги, поэтому отдавайте их тем организациям, которым больше всего*

сочувствуете. Но имейте в виду, что, стоит вам это сделать, все в городе начнут просить вас о том же. Держите себя в руках и научитесь говорить «нет».

2. Не отдавайте откровенно плохие работы, которые ни за что не стали бы выставлять.

Некоммерческие организации

Как это явствует из названия, зарабатывание денег – далеко не главная цель некоммерческих организаций. Именно благодаря этому они часто становятся площадкой для демонстрации экспериментального искусства, созданного в основном теми, кто еще не успел сделать себе имя. Многие художники начинают свою карьеру именно здесь, показывая публике свои инсталляции, проводя перформансы, устраивая эксперименты с новыми медиа.

Да и состав художников, с которыми сотрудничает некоммерческая организация, постоянно обновляется. А вот их коммерчески ориентированные собратья куда более консервативны в этом вопросе и склонны доверять только проверенным авторам. На каждой выставке обязательно появляются новые имена, а значит, ваши шансы показать себя именно здесь гораздо выше, чем в коммерческой галерее. К тому же некоммерческие организации частенько сами ищут авторов, так что не стесняйтесь и смело идите на контакт – от вас этого *ждут*. Продажами выставленных работ они занимаются редко, поэтому, если кто-то заинтересуется вашим произведением, вы сможете договориться с покупателем напрямую.

Понять, подходите ли вы друг другу, несложно: текст миссии почти всегда есть на сайте, и, прочитав его, вы легко составите впечатление о том, что именно ищет та или иная организация (это чем-то похоже на то, что мы описывали в шестой главе, когда рассказывали о фондах).

Академические некоммерческие организации (университетские галереи или музеи, например) – тоже неплохой вариант, чтобы заявить о себе. Действуют они в первую очередь в образовательных целях, а значит, с охотой принимают любые работы, на примере которых можно изучать теорию или историю искусства, сущность и формы абстракции, экспериментальные жанры или современные техники. Помимо очевидных, сотрудничество с университетом имеет и ряд неявных преимуществ: помощь с подготовкой произведений к выставке (вам наверняка выделят несколько студентов-волонтеров), финансовая поддержка при изготовлении сопроводительных материалов вроде брошюр (которые станут отличным дополнением к заявке), наконец, сам факт оценки вашего произведения академическим сообществом (традиционно весьма и весьма, кстати сказать, критически настроенным). В качестве благодарности за такую поддержку университет может попросить вас провести несколько занятий, прочитать пару лекций или посетить мастерские студентов.

«Мы ищем новых авторов всеми доступными способами. В том числе и смотрим заявки, хотя, честно говоря, знакомство с ними порой отнимает немало времени. Но ведь и художники тратили свое время, составляя заявку, подбирая материалы, делая все возможное и невозможное, чтобы привлечь наше внимание».

Питер Эли, куратор центра современного искусства PSI (Нью-Йорк) и бывший куратор центра Walker Art (Миннеаполис)

«Просто сидеть и ждать, пока в двери вашей мастерской постучится галерист или музейный сотрудник, – худшее, что может прийти художнику в голову. Нужно просыпаться и брать судьбу в собственные руки. Ведь все меняется чуть ли не каждый день: организации развиваются, появляются новые возможности. Особенно это заметно на примере Лос-Анджелеса. Галерея АСМЕ начинала как кафе. Галерея Блума и По когда-то была скромной компанией, теперь же она – огромная машина, ледокол, прокладывающий путь в авангарде флотилии мира искусства. Guild & Greyshkul в Нью-Йорке, Crawl Space в Сиэтле... Все это художники,

решившиеся однажды объединить свои усилия и вместе делать свое дело. Людям вроде меня это нравится: в этом есть красота искренних намерений. Не устаю этим восторгаться».

Майкл Дарлинг, куратор Художественного музея Сиэтла (Сиэтл)

«Подавляющее большинство художников попадают сюда, пройдя уже немалый путь.

Наше видение модернизма предопределено тем, как воспринимают его здесь, в районе Сан-Франциско. Моя работа, равно как и работа других кураторов, – налаживать взаимодействие внутри местного сообщества. Мы курируем программу SECA¹⁵, победители которой определяются раз в год. Всеми силами мы добиваемся увеличения количества кандидатов в Сан-Франциско с двухсот до четырехсот. Потом мы предлагаем номинированным художникам принять участие в программе. Из двухсот заявок мы выбираем тридцать финалистов, идем в мастерскую к каждому и по результатам визитов определяем четырех победителей. Они получают стипендию и право выставить свои работы в Музее современного искусства Сан-Франциско. Выставка соответствующим образом рекламируется. И еще мы выпускаем небольшой каталог».

Элисон Гасс, Музей современного искусства Сан-Франциско

«Как-то раз я побывал на Geisai¹⁶ и испытал настоящее восхищение. За два дня, что я там провел, я познакомился с бóльшим количеством людей, чем за весь предыдущий год. Я не знал, кого искать и к кому обращаться. Знакомые художники показывали мне, кто из этих снующих туда-сюда людей – коллекционеры, а кто – кураторы. Когда ко мне обращался кто-нибудь из них, я буквально цепенел от страха. Эта ярмарка позволила мне понять, насколько тяжок труд галеристов, которые все это организуют. Они работают буквально на износ».

Блейн де Сент-Круа, художник (Нью-Йорк)

«Я принимала участие в ярмарке RooL¹⁷, в основном для того, чтобы увидеть, как люди будут реагировать на мое творчество. Мне показалось, что не я одна воспринимала это мероприятие как возможность пережить свой звездный час. Я получила множество восторженных откликов о своих работах. Их обсуждали, на них смотрели, о них думали. Так я поверила в себя».

Ли Оутс, художница (Нью-Йорк)

¹⁵ SECA (Society for the Encouragement of Contemporary Art) – Сообщество поддержки современного искусства. – *Прим. пер.*

¹⁶ Geisai – крупная художественная ярмарка, проходящая два раза в год в Токио. – *Прим. пер.*

¹⁷ RooL – художественная ярмарка, проходящая два раза в год в Гваделупе, на Мартинике, в Нью-Йорке или в Майами. – *Прим. пер.*

Музеи

Музеи предпочитают сотрудничать с теми художниками, которые уже сделали себе хоть какое-то имя. Никто, однако, не запрещает вам просто познакомиться и пообщаться с музейными кураторами, да и программы для местных художников не такая уж большая редкость. При некоторых музеях даже имеются специальные учебные подразделения, которые приглашают деятелей искусства на преподавательскую работу. Бывает и так, что музеи берут под крыло местные многообещающие таланты, помогают им в работе и всячески поддерживают их проекты. Видите, как много способов начать тесное сотрудничество? И не столь важно, обернется ли оно в результате персональной выставкой или нет, ведь вы в любом случае расширите круг полезных знакомств, что для начинающего художника ничуть не менее значимо. Имейте в виду, что в начале своей карьеры многие кураторы, работающие в небольших пространствах, с особой охотой идут на контакт с художниками, посещают открытые мастерские и прочие подобные мероприятия.

Ярмарки для художников

Существуют ярмарки, предназначенные для художников (в отличие от выставок-продаж, которые проводятся в галереях, – об этом мы поговорим чуть позже). Заявка на участие в такой ярмарке мало чем отличается от любой другой. Если вашу кандидатуру одобрят, вам предоставят стенд (а может, даже и комнату в отеле) и дадут три-четыре дня, чтобы продать свои работы.

Такая практика позволит вам на собственной шкуре почувствовать себя куратором или администратором галереи – несколько часов подряд на ногах, беспрерывно решая какие-то вопросы и проблемы, коим ни конца, ни края не видно. Множество людей, с которыми надо поговорить. Потом еще больше людей, с которыми надо поговорить. А потом еще больше. От постоянной улыбки мышцы на лице начинают сводить судорогой. Вы объясняете, в чем смысл ваших работ. Снова и снова. Раз за разом. Те же вопросы и те же ответы. Сегодня. Завтра. Послезавтра.

Но это и есть опыт, настоящий опыт, и если вы действительно хотите уметь говорить о себе (вспомните пятую главу), то нет ничего лучше собственного стенда на ярмарке для художников. Вам нужно заранее оценить свои работы, подготовить инвойсы и быть готовым упаковать проданные произведения и отправить их в любую точку мира (о том, как правильно упаковывать работы, мы расскажем в девятой главе). Заодно вы научитесь демонстрировать свои работы наиболее простым и понятным способом.

На подобных ярмарках есть шансы познакомиться с кураторами и галеристами, ищущими малоизвестных художников, и завести дружбу с коллегами. Главное, не забудьте вот о чем:

1. Те силы, что вы оставите у стенда, никогда не окупятся. Мерой рентабельности служит успех, но далеко не все старания «окупаются» им в должной мере. Подумайте, сколько готовы отдать и сколько сможете получить (кстати, выставки, проводимые в отелях, обойдутся вам несколько дешевле, ведь в комнате можно спать).

2. Узнайте, из чего сделаны стены, можно ли их сверлить. О том, как вешать или устанавливать свои работы, можно почитать в главах пятой и девятой.

3. Организаторы большинства ярмарок делают однотипные вывески для всех стендов, запрещая художникам вешать свои. Поэтому перед тем, как тратить силы и время на изготовление собственной вывески, узнайте, разрешат ли вам ее использовать.

4. А вот этикетки с названием и описанием произведения вам наверняка придется делать самостоятельно, так что позаботьтесь об этом заранее. Неплохо будет сделать и прайс-лист.

5. Выясните, предоставляют ли организаторы специальное помещение для упаковки и упаковочных материалов. Если нет – приспособьте под них столики, подставки или даже пьедесталы.

6. Узнайте, какие в помещении полы и чем они покрыты. Самый лучший вариант – это ковровое покрытие. Бетон тоже неплох. Оденьтесь соответствующим образом.

7. Не забудьте визитки, буклеты и гостевую книгу.

8. Захватите с собой ноутбук или планшет, чтобы иметь возможность показать остальные свои работы.

«Я показывала свои работы на ярмарке Арт-Базель в Майами-Бич. Ярмарка была некрупная, ставящая себе основной целью побольше заработать на толпах зевак, забредших в эту часть города в те выходные. Знаете, у меня остались весьма смешанные чувства. Художники должны были сами оплачивать себе проживание, но при этом могли оставить

себе все деньги, полученные с продаж. У меня-то купили несколько работ – я смогла даже покрыть свои расходы, – но многие художники остались ни с чем, и мне их очень жаль. Впрочем, польза все же была: я познакомилась с представителем небольшой чикагской галереи, и дело даже дошло до выставки, так что в этом отношении я не прогадала. Но вот делать все самой было очень тяжело. Продохнуть было некогда, и в какой-то момент я почувствовала себя бегущей в колесе белкой. В прессе ярмарка особо не освещалась, так что посетителей было куда меньше, чем все рассчитывали, а так как организовывалось все самими художниками, возложить обязанности по информационной поддержке мероприятия было не на кого. И это раздражало больше всего».

Энн Тарантино, художница, Стейт-Колледж (Пенсильвания)

«Я вернулся в Миннеаполис после окончания магистратуры и сразу же начал подыскивать место для своих произведений. Но ни одного пространства, которое концептуально соответствовало бы моим работам, так и не нашел. До этого я никогда не сотрудничал с галереями и, чтобы как-то начать, решил открыть собственную. Галерея Midway изначально задумывалась как площадка, созданная художниками для художников. Мы заявили о ней как об отчасти некоммерческой: с одной стороны, коллекционеров в Миннеаполисе в то время было не много, с другой – мы стремились сконцентрироваться именно на некоммерческом искусстве. А еще мы хотели каждый год открывать новые имена – в отличие от большинства коммерческих галерей, которые из года в год выставляют одних и тех же авторов».

Джон Расмуссен, директор галереи современного искусства Midway (Миннеаполис)

Кафе, рестораны и торговые залы

Мир искусства не воспринимает такие места всерьез. Особо радикально настроенные его представители даже считают их своего рода дном карьеры, точкой невозврата, так что идти туда без крайней необходимости нежелательно. Нет, конечно, продавать свои работы кафе, ресторанам и магазинам стоит. Но сейчас мы говорим о выставках в подобных местах.

Во-первых, очень высок риск их повредить, особенно в переполненных людьми ресторанах и барах, – риск, который однозначно не окупится вероятным (обычно невысоким) доходом. Во-вторых, люди приходят в такие места, чтобы поесть, выпить или купить себе одежду. Приятно, конечно, увидеть при этом на стенах какие-нибудь картины, но ждать от посетителей серьезного понимания и глубокого восприятия искусства немного глупо. Большинство просто не заметят ваши работы.



Исключения, конечно же, есть – куда без них? В некоторых торговых центрах для выставок отведены специальные залы. Многие рестораны популярны именно благодаря качеству своих арт-программ. Поскольку в этих случаях подобные места больше похожи на художественные галереи, посетители воспринимают выставленные работы как произведения искусства, а не элементы декора.

Но иногда бывает так, что выбора просто нет. Может, вы живете в небольшом городке, и кафе в конце улицы – единственное место, где местные художники могут себя показать. А может, вам просто никак не удастся пробиться на групповую выставку. Или же содержание вашего искусства составляет еда, мода или общество потребления. Если вы все-таки решитесь отдать свою работу на растерзание ресторана или торгового центра, подойдите весьма и весьма ответственно к ее расположению и прочим важным мелочам. Убедитесь, что этикетка с названием произведения и вашим именем на месте. И еще – что площадь, где будет некоторое время жить ваша работа, застрахована.

Стоит ли говорить «нет»?

«На определенном этапе своей карьеры я просто не мог сказать “нет”. Но прошло время, и я понял, что главное – просто дождаться подходящей ситуации, которая полностью соответствовала бы моим целям и способствовала творческому росту. И что мой прежний *modus operandi*¹⁸ говорить “да” каждому встречному был, мягко говоря, неверен. Мне бы остановиться на время, подождать более верного, более солидного шанса. Но я метался от возможности к возможности, пытаюсь зацепиться за каждую из них, старался успеть все и везде. Это был горький опыт, да, но он дал мне почувствовать на собственной шкуре, насколько это важно – не размениваться по пустякам и не лезть из шкуры вон перед людьми, которые все равно этого не оценят. Стоит просто набраться терпения. Всему свое время».

Фред Томаселли, художник (Нью-Йорк)

«Не думаю, что стоит говорить “нет”. Я, например, никогда не говорю. Кто знает, чем обернется та или иная возможность?»

Элинор Уильямс, консультант по вопросам искусства и независимый куратор (Хьюстон)

«Если мне что-то предлагают, то перед тем, как дать окончательный ответ, я обязательно собираю побольше информации. Бывает – и, кстати, очень часто, – что самые неопределенные и рискованные начинания оборачиваются неожиданным успехом, драгоценным опытом профессионального общения или более глубоким пониманием сути своего творчества. А бывает и так, что они не приносят ничего, кроме головной боли и жуткого разочарования. Но когда все получается... Это очень особенное ощущение. Непередаваемое».

Мишель Грабнер, художница, профессор, критик, куратор (Чикаго)

«Чтобы выжить, ваше творчество должно быть шире любых ограничений, устанавливаемых куратором для каждой конкретной выставки. Оно всегда должно быть больше и значительнее любой концепции. Ценность произведения искусства не в том, чтобы идеально подходить чужим идеям, но в том, чтобы приковывать к себе внимание, общаясь с каждым на его языке и раскрывая ему значимые для него смыслы. Чем уже в этом смысле произведение, тем короче его жизнь. Одна моя

¹⁸ *Modus operandi* (лат.) – образ действия. – *Прим. пер.*

знакомая отказалась участвовать в групповой выставке потому лишь, что не хотела, чтобы ей диктовали условия – контекст, в котором будет представлено ее произведение. Другая рвалась лично делать каталог для собственной выставки, потому что жаждала контролировать то, как зритель интерпретирует ее работы. По сути, это признание неуверенности в собственном творчестве, в том, что оно способно само о себе рассказать.

Как-то в разговоре один художник сказал: “С собакой ляжешь – с блохами встанешь”. Очень подходит к этой ситуации. Действительно, с кем поведешься, от того и наберешься. Любому художнику нужно быть очень осторожным, когда галерея предлагает участие в групповой выставке. Вдруг произведения других авторов будут откровенно плохи? Или само место проведения пользуется дурной репутацией? Если так – держитесь от подобных мероприятий подальше. Лучше уж раскручиваться с нуля самостоятельно, чем порочить свое имя сомнительным соседством со скверными художниками».

Майкл Дарлинг, куратор Художественного музея Сиэтла (Сиэтл)

«Говорить “нет” – здорово! Если ваше имя не совсем пустой звук для мира искусства, всегда отвечайте отказом на любое предложение, которое не кажется вам абсолютно, стопроцентно правильным. Даже если оно вроде бы правильное – отвечайте отказом. Отказ даст вам время подготовиться к лучшему шансу. Несколько раз я отвергал неплохие, казалось бы, предложения лишь потому, что они не казались мне полностью соответствующими моим чаяниям. Для создания любого по-настоящему хорошего произведения нужно немало времени. Так что не разбрасывайтесь.

Одна моя хорошая знакомая придумала себе отличный алгоритм, чтобы решить, соглашаться ли на предложение. Она задает себе три вопроса и если хотя бы на два из них отвечает утвердительно, то соглашается:

1. Хорошо ли я на этом заработаю?
2. Будет ли от этого какая-нибудь польза моему произведению или творчеству в целом?
3. Придется ли мне делать все самой?»

Чарльз Лонг, художник (Маунт-Болди, Калифорния)

«Меня порой так и подмывает воскликнуть: “Да кого это заботит?!” Наше отношение к современному искусству стало пахнуть каким-то нездоровым формализмом: по сути, мы просто вешаем произведения на стены, а там – будь что будет. Начинающие художники при этом находятся под постоянным давлением: ты обязательно должен выставляться, должен получать отзывы. Как тут не ухватиться за первую же возможность? И ты идешь в ресторан и предлагаешь свои произведения и ждешь если не отзывов, то хотя бы внимания. Но какое внимание может быть в ресторане? Мой совет: будьте разборчивее.

У меня часто спрашивают совета, стоит ли участвовать в выставке, если ты не знаешь куратора или других авторов, чьи произведения будут частью экспозиции. К таким вещам я отношусь весьма и весьма скептически. И ведь не то чтобы выставка эта была заранее обречена на провал, да и вы отнюдь не мечтаете быть на ней звездой номер один... Но раз вы спрашиваете совета, значит, чувствуете что-то неладное. А если так,

зачем переступать через себя? Это же не последний троллейбус в вашей жизни, чтобы бежать за ним сломя голову. Может быть, эта возможность не настолько уж и хороша? Может быть, это не тот шанс, которого вы так ждете? Может быть, стоит больше доверять своей интуиции? Я, например, не буду иметь дело с художником, насчет которого у меня возникают сомнения. Так почему художники решаются сотрудничать с кураторами или выставочными проектами, когда сомнения все же возникают? Если вы уверены в том, что делаете, если вы объективно лучше многих, не ввязывайтесь в подобные авантюры. Это бессмысленно и бесполезно».
Энн Илгуд, куратор Музея Хаммера (Лос-Анджелес) и бывший куратор Музея и сада скульптур Хирихорна (Вашингтон)

«Artists Space всегда была, есть (и, надеюсь, останется) площадкой прежде всего для экспериментального искусства и тем местом, где художники могут свободно творить, воплощая в жизнь самые смелые замыслы. В последние годы роль рынка и коммерческой составляющей в мире искусства сильно возросла, и в этих условиях, как мне кажется, очень важно иметь то место, где проблема рентабельности не давит на творца с такой страшной силой. В наших стенах художник может позволить себе быть просто художником, создающим то, что считает важным и нужным, а не бизнесменом, связанным по рукам и ногам финансовыми путями и необходимостью продать свои произведения. Такова наша главная цель».
Бенджамин Уэйл, директор галереи Artists Space (Нью-Йорк)

«В моей карьере некоммерческие организации сыграли очень важную роль. После магистратуры я воспринимал их как своего рода продолжение образования – в основном благодаря той атмосфере юношеского максимализма и бескрайнего, безудержного творчества, которая их окружала. Я работал с кураторами, которые были ненамного старше меня, принимал участие в самых разношерстных выставках, укреплял старые связи и заводил новые. Это было удивительное, чудесное время – время, когда мне протягивали руку помощи, даже если я этого не просил».
Чарльз Лонг, художник (Маунт-Болди, Калифорния)

«Мы концентрируем свое внимание на начинающих художниках, предоставляя им площадку для творчества, создавая свободную и дружелюбную атмосферу. Мы даем то, чего не даст никто другой. Мы поощряем эксперименты (разумеется, если они соответствуют основной идее выставки), потому что эксперименты – важная часть обучения и познания себя как творца».
Бен Хейвуд, директор галереи Soap Factory (Миннеаполис)

«Мне интересны проекты, которые другим кажутся чересчур трудными для восприятия или даже абсурдными. Мне интересно показывать работы в местах, которые, казалось бы, меньше всего для этого подходят. Это создает новые и порой очень неожиданные связи между искусством и окружающей его реальностью, что приводит к новым интерпретациям. Мне интересно обеспечивать творца инструментарием, знанием, необходимой поддержкой и помощью, что приводит к изменению понимания художником своего искусства, но не только: общество тоже

начинает воспринимать искусство иначе. И не только отдельные работы, но искусство в целом. Это амбициозно, разумеется! Мне интересно делать то, чего еще нет здесь и сейчас, то, чего никто никогда не делал. Мне интересно быть свидетелем создания нового искусства, которое воцаряется в пространстве и подчиняет себе зрителя».

Массимилиано Джиони, директор по специальным выставкам, Новый музей (Нью-Йорк)

«В городах художники обычно тесно взаимодействуют. Подобная творческая среда очень важна – она создает нужную атмосферу, движет искусство вперед и, если угодно, проводит естественный отбор, отсеивая тех, чья жизнь не посвящена творчеству целиком и полностью. Я постоянно присматриваюсь к художественной среде – ищу новые имена, которые определяют завтрашний день. И потому я уверен, что для вчерашнего выпускника очень важно найти такую среду, стать ее частью. Она выпустит ваше творчество на свободу, сделает его частью чего-то большего. Это огромный шаг вперед».

Джеймс Харрис, галерея Джеймса Харриса (Сиэтл)

«Когда-то мы с Тимом Брауэром, моим другом, жили в помещении бывшего магазина спорттоваров. Тут же находилась мастерская по ремонту мотоциклов, и Тим с еще одним нашим соседом постоянно чинил там свою технику. Сами мы обитали в задней части здания и однажды решили превратить его переднюю часть в галерею. Так мы хотели привлечь публику к работам своих друзей, внимания которым тогда явно не доставало. Сначала мы работали только по субботам. В галерее сидели по очереди, а расходы на приглашительные поделили между художниками. Одна контора брала в то время 99 долларов за пятьсот приглашительных. Оставшегося доллара как раз хватало на баночку пива».

Тони Уайт, галерея Тони Уайта (Чикаго)

«С ходу не возьмусь судить, насколько хороши или плохи рестораны в качестве площадки для показа работ, – это зависит от многих факторов, среди которых немаловажное место занимает то уважение, с которым публика относится к вашим произведениям. По большому счету здесь работает тот же принцип, что и в отношении публикаций о вашем творчестве: самая худшая пресса – это отсутствие прессы. И, как по мне, худшая выставка – это ее отсутствие. Впрочем, если уважения у зрителей не достанет, могут возникнуть проблемы. Работы порой портят или даже крадут. Так что взвесьте хорошенько, стоит ли оно того».

Кэтрин Кларк, галерея Кэтрин Кларк (Сан-Франциско)

«Простой статистический факт: художников на десятки тысяч больше, чем способен принять в себя художественный мир».

Йоахим Писсарро, куратор, профессор, историк искусства, бывший куратор Музея современного искусства (Нью-Йорк)

«Мне кажется, что художник в начале своего пути должен использовать любую возможность показать свои работы. И делать это нужно обязательно, к чему бы это ни привело, и не так уж важно, будет это кафе, ресторан или другое заведение. Это дает необходимое представление о том,

как организуются выставки, как готовятся к ним работы, что происходит за кулисами и как вообще взаимодействовать с людьми, делающими одно общее дело. В конце концов, если вы вдруг захнетесь на организацию калибром покрупнее, выставку в кафе или ресторане можно просто убрать из резюме. Но дело это однозначно полезное, и просто так сбрасывать подобную возможность со счетов – как минимум неразумно».

Хизер Маркс и Стив Заваттеро, галерея Маркс и Заваттеро (Сан-Франциско)

«Пробуйте колледжи, университеты, другие учебные заведения. В каждом из них есть своя галерея. Начните с групповой выставки и постарайтесь подружиться с куратором. Заработать, конечно, не получится – это работа скорее за идею, но благодаря ей вы поваритесь в выставочном котле. Деньги придут потом».

Шошана Бланк, галерея Шошаны Уэйн (Санта-Моника, Калифорния)

«У меня странная карьера – такие называют медленными и стабильными. Никаких серьезных рывков. Большинство галерей, в которых я выставлялся, были небольшими и малоизвестными, как художник я рос очень постепенно. В моей жизни не было утра, в которое я вдруг проснулся бы знаменитым. Может быть, именно это сделало меня таким цельным».

Фред Томаселли, художник (Нью-Йорк)

Коммерческие галереи

Нет такого художника, который не мечтал бы о сотрудничестве с коммерческой галереей. Для многих это первейший способ подтвердить ценность своего творчества, утвердиться в значимости своего таланта и получить так необходимый каждому психологический (и финансовый) толчок. Даже привлечь к себе внимание галереи не так-то просто, что уж говорить о персональной выставке. И суровая правда заключается в том, что подавляющему большинству художников так и не удастся заинтересовать своим творчеством ни одну из многочисленных галерей.

Но это *не* значит, что вы должны сдаваться еще до боя, сразу же отменяя галерею как возможный способ продемонстрировать свои работы или вовсе бросая творчество. Просто трезво оценивайте свои шансы. Не принимайте отказ близко к сердцу и помните, что, кроме галерей, в мире искусства существует масса других способов жить полноценной творческой жизнью.

Кого и как искать?

Худшее, что вы можете сделать, – отправить сразу нескольким галереям одинаковые письма («Думаю, что идеально вам подойду»). Впрочем, лично ходить из галереи в галерею, размахивая портфолио и пытаясь убедить всех подряд в него заглянуть, – ничуть не лучше, а с точки зрения поддержания боевого духа даже хуже. Ни в коем случае не делайте этого! Ни того ни другого!

Нет, серьезно.

Вы не просто потратите свое (а заодно и чужое) время. Представьте, а вдруг вам «повезет», и одна из галерей захочет выставить ваши работы? Вы уверены, что готовы верить свои произведения (и свою первую выставку) в руки первого же попавшегося заведения, о котором толком ничего не знаете? Какова их идеология? Что о них говорят в городе? Да и радостно бросаться в объятия галереи, готовой принять вашу инсталляцию, чтобы разбавить ей фотографическую выставку, – не самая разумная затея.

Так что же делать?

«Изучите все обстоятельства. Не только мизансцену, но и декорации. Составьте список галерей, которые близки вам по духу. Какие художники там выставляются? Кто там работает? Походите в них, примелькайтесь. Станьте постоянным посетителем. Не стесняйтесь спрашивать: любой с радостью ответит на ваши вопросы, если они толковы, а вы заинтересованы в ответе. Думайте в долгосрочной перспективе. О своей карьере художника длиной в сорок, пятьдесят лет. Думайте о том вкладе, который внесете в мировую культуру».

Джордж Адамс, галерея Джорджа Адамса (Нью-Йорк)

«Художник, который показывает свои работы везде, где только можно, – плохой художник. Хороший же художник – тот, кто, пусть и не отдавая себе в этом отчета, знает цену своим произведениям. А еще – понимает, каково должно быть пространство, где они будут уместны. Тот, кто знает, что такое пространство рано или поздно найдется. В этом нет ничего фантастического. Все очень просто. Не важно, как долго существует галерея – два дня или двадцать лет, – хороший художник чувствует – да нет, он абсолютно уверен, – что они подойдут друг другу. Он знает,

какие произведения там выставляются, знает, как именно среди них будет выглядеть его работа. В основе этого знания лежит уверенность в своем творчестве. Ни капли неестественности и ни капли фальши.

Устройте себе год каникул. Если вами интересуются галереи, замечательно. Пусть интересуются. В конце концов, если интерес искренен, ничего с ним за год не станется».

Андреа Розен, галерея Андреа Розен (Нью-Йорк)

Не спешите

В последние годы давление на начинающих художников значительно усилилось: едва они успевают выпуститься, как от них сразу же ждут работ, достойных выставок, причем обязательно в галереях. Со стороны может показаться, что это здорово и правильно, особенно если галереи с громким именем берут под свое крыло едва оперившегося птенца с новеньким дипломом магистра изящных искусств, с места в карьер организуя персональную выставку, обеспечивая хвалебными обзорами и тем самым взвинчивая цены на его произведения. Это ведь и есть успех, разве нет? В краткосрочной перспективе – конечно, но сможете ли вы его подкрепить и удержать в перспективе долгосрочной? Такой внезапный и резкий скачок в самом начале пути – испытание, на деле, очень и очень непростое, и, чтобы преодолеть его с достоинством, не предав при этом свои идеалы, нужно обладать недюжинной силой характера. И помните, что мир искусства безжалостен к художникам, снижающим цены на свои произведения, так что вы непременно столкнетесь с необходимостью выбора: продолжать делать то, что пользуется популярностью и хорошо продается, или рискнуть (а риск этот невероятно высок) и попробовать себя в чем-то кардинально другом.

Построение по-настоящему успешной творческой карьеры – процесс куда более долгий и занимает годы, а то и десятилетия. Поймите, отказ от подобной возможности не поставит крест на вас как на художнике, а вот излишняя спешка сделать это может. Конечно, когда энергия переполняет вас – это здорово, но терпение ничуть не менее потрясающая штука. Именно поэтому в самом начале книги мы говорили о том, что художнику нужно работать. Много и постоянно. Ведь дорога от сотворения произведения до того момента, когда для него найдется подходящая программа или выставка, длинна и может занять годы или даже десятилетия, когда будет создано множество других работ. Так что да. Не торопитесь.

Правило одного года

Ну, хорошо, не такое уж это и правило. Но очень на него похоже. Перед тем как просить галерею взглянуть на ваши произведения (вернее, перед тем, как даже подумать об этом), понаблюдайте за ее деятельностью. Как минимум год. Ходите на выставки, досконально изучите сайт галереи, разберитесь во всех тонкостях ее работы, попытайтесь понять, какие цели поставил перед собой ее владелец (и пользуйтесь любыми другими возможностями, которое за это время преподнесет вам судьба).

«Моя галерея одно время располагалась на 27-й улице и была одной из немногих в северной части города. Каждую субботу прямо с утра у наших дверей собиралась толпа художников. Они приносили свои резюме, пребывая в абсолютной уверенности, что к концу дня у них в кармане будет договоренность о выставке. Только потому, что мы были небольшой начинающей галереей, каждый из них думал: “Ой, да эти ребята мои работы с руками оторвут”. А когда я говорил, что не смотрю портфолио, они выходили из себя. К концу дня, когда, казалось, их поток вот-вот

иссякнет, накатывала новая волна – тех, кто начинал день с южной части города и добирался до нас лишь под вечер».

Корнелл Девитт, директор художественной ярмарки PULSE, бывший владелец галереи (Нью-Йорк)

«Время от времени мне попадает резюме художника, о котором я слыхом не слыхивал. И каждый раз я думаю: “Ну уж нет, это вряд ли”. Один раз некий художник прислал мне вместе с диском изданную им самим книгу, чем, неожиданно для меня самого, пробудил во мне интерес. Но через какое-то время мое “Ух ты! В этом что-то есть” сменилось обычным “Ну а что дальше?”. В результате я просто отложил заявку в сторону: мне и без того было чем заняться. Чтобы пробудить во мне подлинный интерес, этого явно было недостаточно. Я знаю, это жестоко. Очень жестоко».

Тим Блум, галерея Блума и По (Лос-Анджелес)

Изучайте чужие резюме

Знать о том, кто именно сотрудничает с галереей, столь же важно, как знать, что это вообще за галерея. На каком этапе своей карьеры находились художники, когда начали здесь выставляться? Чем именно они привлекли к себе внимание? Разумеется, слепое копирование чужих достижений – дело неразумное и бессмысленное. Но вам обязательно нужно знать об этих художниках хоть что-нибудь. Только так вы сумеете объективно оценить, готовы ли к сотрудничеству с конкретной галереей. Сколько резидентских программ и выставок (в том числе и персональных) у них за плечами? Сколько лет они занимаются творчеством вообще? И прочие подобные вопросы.

Общайтесь с другими художниками

Лучший способ узнать о том, как галерея обходится с художниками, – поговорить с одним из тех, кто с ней уже сотрудничал. Они расскажут вам и о личном отношении, и об организации выставочного пространства, и о том, к кому именно нужно обратиться (когда придет время, разумеется), – обо всем, что вам нужно, чтобы решить, подойдете ли вы друг другу.

«Если там, где вы живете, мир искусства скорее мертв, чем жив (что, конечно, очень вряд ли, или вы почему-то в него не входите, срочно исправляйте ситуацию. Ну, или сделайте себя центром этого мира. Объединитесь с друзьями, заведите блог, организуйте у себя дома выставку... Произведения искусства создаются в первую очередь для того, чтобы на них смотрели, чтобы их обсуждали. Разве есть для этого место более подходящее, чем ваш собственный дом?»

Джейсон Лар, художник и куратор выставочной деятельности Художественного музея Саут-Бенда (Саут-Бенд, Индиана)

Ходите на открытия выставок

Положив глаз на конкретную галерею, возьмите себе за правило ходить на каждую выставку, которую она проводит. Особенно это касается открытий. Смотрите не только на авторов выставляемых работ, но и на публику. Только не забывайте, что открытие выставки – это скорее светское мероприятие, чем праздник искусства и сюда приходят пока-

зять себя и посмотреть на других, а не насладиться чужими творениями. Ваша цель – посмотреть на галерею и узнать, как и чем она живет, так что даже не пытайтесь оценить сами работы. Этим вы сможете заняться и после.

Только имейте в виду, что есть разница между постоянным посетителем и надоедливым занудой, так что знайте меру. Впрочем, ходить на *все* открытия нужды нет. Как и нет нужды навязывать свое общество сотрудникам галереи *каждый* раз, когда вы пересекаете ее порог: они-то прекрасно знают, что происходит, и легко поймут, чего вы добиваетесь, приходя на все выставки.

Если вы живете в другом городе, можно следить за выставками на сайте галереи и посещать те, которые вас больше всего заинтересуют. Сотрудники галереи, кстати, с большей охотой отвлекутся от своих дел, чтобы перекинуться парой слов с приезжим. Расскажите, что вам понравилась программа, расспросите, на каких условиях они сотрудничают с художниками (если, конечно, об этом не сказано на сайте).

«Назовите имена пяти художников, принимающих участие в выставке»

Вот что думает Мэри Ли Черри, владелец одной из галерей Лос-Анджелеса, об одном весьма расхожем среди галеристов суждении: «Какое-то время назад мы шутили, что, если к нашему стенду на ярмарке подходит художник с портфолио в руках, мы непременно должны спросить у него, может ли он назвать имена пяти художников, которых мы выставляем. Если не сможет, увы ему. А потом мы подумали: а сможем ли сами назвать имена пяти художников, выставляющихся в галереях, с которыми мы сотрудничаем? И мы смогли! Потому что знали об этих галереях все».

Просить галерею взглянуть на ваши работы – все равно что открыто заявить о своей уверенности, что вы абсолютно подходите друг другу. Поэтому лучше быть готовым объяснить, почему вы вдруг так решили. Сможете ли вы это сделать, если не знакомы с другими художниками, которые выставляются в этой галерее? Вот почему это так важно. Чем больше вы знаете об авторах, с которыми работает галерея, тем больше доводов у вас будет в споре с самим собой при принятии окончательного решения.

Горячая десятка способов для галериста и куратора открыть новое имя:

1. *Рекомендация знакомого художника.*
2. *Рекомендация знакомого куратора.*
3. *Персональные или групповые выставки.*
4. *Ярмарки.*
5. *Реестры и картотеки изображений.*
6. *Прямое обращение или заявка.*
7. *Другие рекомендации.*
8. *Светское мероприятие.*
9. *Открытые мастерские.*
10. *Членство в комиссии.*

Посещайте ярмарки (если хотите, конечно)

Может, это и не лучший способ познакомиться с искусством, но это единственные в своем роде мероприятия, где представители галерей со всего света собираются в одном месте в одно и то же время.



«Просто рассылая свои материалы всем подряд, вы далеко не уедете. Отношения между художником и галеристом всегда немного личные, дружеские, задушевные – а не только профессиональные. Вернее, они должны быть таковыми. В том, чтобы рассыпать свои материалы всем подряд, нет ни искренности, ни задушевности. И тот, кто так поступает, не очень-то отдает себе отчет в своих действиях. Отчасти, может быть, потому что им кажется, что нужные связи в мире искусства – вопрос удачи или даже слепого случая. Но это не так. Галереи всегда очень щепетильно относятся ко всему, что делают».

Дэвид Гибсон, куратор и критик (Нью-Йорк)

«Лучшее, что вы можете сделать для собственного творчества, – разузнать как можно больше о галерее, с которой хотите работать. Если желаете, чтобы ваши работы рано или поздно предстали перед публикой, принимайтесь за дело: ходите на выставки, особенно открытия, изучайте сайты и программы галерей. И так – как минимум год, пока не удостоверитесь, что идеально соответствуете идее определенной выставки».

Мелисса Левин, директор резиденции для художников Совета по культуре Нижнего Манхэттена (Нью-Йорк)

«Пытаясь найти подходящую галерею, начинающий художник должен объективно оценивать свои шансы: Сиккемы и Дженкинса¹⁹ просто не хватит на всех – просто зайдите на сайт и посмотрите, сколько у них места. Нет, галерея Сиккемы и Дженкинса – потрясающее пространство, но, чтобы попасть к ним со своими работами, вы должны уже иметь за плечами немалый опыт и быть в принципе хорошим художником. Именно поэтому у нас и предусмотрены два отдельных пространства: мы прекрасно отдаем себе отчет, что далеко не каждому художнику найдется место в большом зале. Это не к тому, что места действительно не хватит, а к тому, что не каждый к этому готов».

Керри Инман, директор галереи Инман (Хьюстон)

«Я настаиваю: каждый художник должен готовиться к сотрудничеству с нами. Нельзя хотеть попасть в галерею лишь потому, что это галерея. Можно (и нужно) хотеть попасть в нее, потому что это ваша галерея».

Эдвард Уинклман, галерея Уинклмана (Нью-Йорк)

«Я помню, как один художник приходил к нам в галерею почти на каждую выставку. Целый год. Потрясающий ход. Довольно скоро я начала узнавать его в лицо. Потом выяснила, как его зовут. И вот однажды он подошел ко мне и пригласил к себе в мастерскую. Естественно, я согласилась – он доказал серьезность своих намерений. Потом в течение нескольких лет он постоянно писал мне, рассказывая о том, над чем работает. Мы еще не выставляли его картины, но все к тому идет, и я с большим удовольствием и вниманием слежу за его творчеством. Он поступил абсолютно правильно, изучая нас и демонстрируя, что хорошо понимает, чем именно мы занимаемся. Если вы твердо намерены сотрудничать с галереей, советую последовать его примеру».

Мэри Ли Черри, галерея Черри и Мартина (Лос-Анджелес)

«Честно говоря, не знаю ни одного куратора, который стал бы работать с незнакомым ему художником на основании одной лишь заявки. Обычно происходит немного по-другому: либо ты где-нибудь видишь произведение, которое вдруг кажется тебе интересным, либо коллега упоминает имя некоего художника и просит к нему присмотреться. Разумеется, моя обязанность – смотреть все, что попадает ко мне в руки, но мнение куратора и его интерес формируются далеко не только присланными материалами. Рекомендации хороших знакомых, которые понимают, что именно тебе нужно, важны не менее, а то и более».

Шамим Момин, директор и куратор некоммерческой организации LAND (Лос-Анджелес) и бывший куратор Музея американского искусства Уитни (Нью-Йорк)

«Большинство художников, с которыми я работаю, были найдены по рекомендациям других художников. Думаю, я не раскрою никакого секрета, сказав, что кураторы и сотрудники галерей склонны больше доверять художникам, которых они знают и к мнению которых

¹⁹ Brent Sikkema и Майкл Дженкинс – арт-дилеры, основатели и директора галереи Сиккема, Дженкинс и Ко в Нью-Йорке. – *Прим. пер.*

прислушиваются. И доверяют им даже больше, чем своим коллегам: художники в этом отношении куда более взыскательны, ведь они стремятся вас впечатлить не меньше, чем вы пытаетесь впечатлить их».

Эми Смит-Стюарт, куратор Музея современного искусства Олдрича (Риджфилд, Коннектикут), бывший куратор PS1 (Нью-Йорк)

«Лучшими из лучших становятся те галереи, которые прислушиваются к советам и пожеланиям своих художников – самых, по сути, важных и значительных своих клиентов. К тому же именно художники разбираются в искусстве лучше других. Так почему бы не доверять им?»

Тим Блум, галерея Блума и По (Лос-Анджелес)

«У художника столько работы, с которой он может справиться сам, причем загодя. Вы не обязаны работать с галереями на старте своей карьеры – вам ведь не помешает немного свободы, правда? Сравнить сотрудничество с галереей с кандалами было бы, конечно, чересчур, но факт в том, что в глазах других вы обретете куда больший вес, когда в вашем резюме появится строчка об участии в выставке (и не важно, насколько действительно заслуженным и объективно оправданным было это участие). Конечно, проект, не подкрепленный ничем, кроме голой идеи, выглядит сырым и неоправданно дерзким. Но это не значит, что все должны стремглав мчаться в галереи, ища пристанище для своих проектов. Напротив, молодой художник, создающий нечто отчаянное вне системы, даже вопреки ей, импонирует мне куда больше, чем тот, кто пытается всеми правдами и неправдами обеспечить себя ежегодными выставками.

Мне не раз доводилось слышать фразу “Если вы даже не посмотрели на изображения моих работ, откуда вам знать, насколько я хорош?” Поверьте – мы знаем (понимаю, звучит нагло и даже нахально, но очень точно отражает суть). Если вы делаете все, от вас зависящее, чтобы развиваться и идти вперед, всегда найдутся те, кто это заметит и оценит. Все равно в конце концов окажется, что это единственный верный путь. Просто иногда осознать это непросто».

Кэтрин Кларк, галерея Кэтрин Кларк (Сан-Франциско)

«Я хочу думать о творчестве художника – хочу быть частью его работы – и чем дольше, тем лучше. Организациям приходится реагировать на поступающие заявки довольно быстро, и поэтому кураторы просто физически не успевают работать со всеми художниками и следить за тем, что они делают до выставки и после нее. Как галерист я могу себе позволить долгосрочное сотрудничество. Если я берусь работать с художником и организую его участие в выставке, я изучаю его творчество досконально – от момента создания каждого произведения до сегодняшнего, а порой даже и завтрашнего дня. По-другому я работать не могу.

Если я не знаю истории работы, разве я сумею правильно ее показать? Именно поэтому иногда бывает так трудно решить, чьи и какие именно произведения будут участвовать в выставке. И именно поэтому это занимает так много времени: как бы ни нравилось тебе творчество того или иного

художника, нужно сперва понять его, а уже потом принимать окончательное решение. На это могут уйти годы».

Эми Смит-Стюарт, куратор Музея современного искусства Олдрича (Риджфилд, Коннектикут), бывший куратор PSI (Нью-Йорк)

«Иногда я хочу показать какого-то художника, а иногда мне достаточно просто посмотреть на его работы. У меня в Лондоне есть знакомый художник. Мы знаем друг друга уже двенадцать лет, но только недавно я предложила ему поучаствовать в выставке».

Шошана Бланк, галерея Шошаны Уэйн (Санта-Моника, Калифорния)

«Сегодня среди художников бытует мнение, будто начинать выставляться нужно как можно раньше. Есть, конечно, и те, кто так не считает, и некоторые из них тем не менее добиваются успеха. Но они все же в меньшинстве. Для большинства же это не более чем просто спектакль: выйти на сцену (читай – прийти в галерею), сыграть свою роль и с чистой совестью вернуться за кулисы. Они делают это очень изящно, находя нужных людей и располагая их к себе душевной беседой. Но когда это представление повторяется раз за разом, от выставки к выставке, и каждый вечер сводится к болтовне с бутылкой пива в руках, это немного утомляет».

Джаспер Шарп, куратор Музея истории искусств (Вена, Австрия)

«Однажды мне просто-напросто пришлось выставить из галереи одного художника со словами “И чтобы я больше тебя здесь не видел”. Я разговаривал с клиентом, а этот парень ошивался вокруг и постоянно дергал меня, пытаясь что-то продать. Не самое профессиональное поведение. Существует, знаете ли, разница между постоянным посетителем, которого узнаешь в толпе, и назойливой мухой. Никогда не переступайте эту границу. Если вы видите, что нужный вам человек занят, просто подождите в сторонке. Или придите в следующий раз».

Джеймс Харрис, галерея Джеймса Харриса (Сиэтл)

«Лучший способ узнать, на что вы годитесь, – съездить на художественную ярмарку. Особенно если живете в небольшом городке и ваши работы пользуются спросом на местном рынке искусства. Сколько таких “звезд” упали с небес на землю на крупных мероприятиях! Заодно вы увидите, как много художников работают с вами в одном русле. Если не сломаетесь, станете сильнее и лучше. Снимите розовые очки – и увидите совершенно неожиданные и удивительные вещи. А лучший способ заставить себя их снять – безусловно, ярмарка. Конечно, если вы не можете позволить себе раз в три месяца летать в Лондон, Нью-Йорк или Лос-Анджелес».

Ли Коннер, галерея современного искусства Коннер (Вашингтон)

«Я была куратором и знаю, каково это, когда работаешь, не зная отдыха, день, второй, третий, а потом мероприятие внезапно заканчивается, и мир вдруг перестает вращаться вокруг тебя. Конечно, посещать выставки необходимо, я поняла это очень быстро. Нигде так не расширяется круг знакомств. Только здесь можно так легко наладить контакты с галереями,

только здесь можно понять, насколько вырос ты сам со времен прошлой ярмарки».

Эми Смит-Стюарт, куратор Музея современного искусства Олдрича (Риджфилд, Коннектикут), бывший куратор PSI (Нью-Йорк)

«На художественных ярмарках одни художники чувствуют себя вполне комфортно. Они с легкостью общаются с галеристами возле стендов со своими работами и говорят об искусстве с коллекционерами и другими художниками. Другие же ощущают себя не в своей тарелке: вздрагивают при каждом обращении и запинаятся при ответе на любой, даже самый простой, вопрос. Я знакома с кураторами, которые считают ярмарки худшим из всего, что вообще происходит в мире искусства, а потому зарекаются в них участвовать и вообще нос туда совать (как, впрочем, знакома и с теми, кто основную часть своих доходов получает именно на ярмарках). Критики этой практики утверждают, что все это – чистой воды коммерция, никакого отношения не имеющая ни к искусству, ни к его восприятию. Я бы с этим поспорила. У медали есть и оборотная сторона. Многим художникам со всех концов земного шара ярмарки позволяют поближе присмотреться к галереям и найти своего зрителя, причем сделать это довольно быстро. Хорошо организованная ярмарка может легко сыграть эту роль, традиционно отводимую музеям и другим учреждениям культуры».

Хелен Аллен, сооснователь и директор компании Allen/Cooper Enterprises (Нью-Йорк)

«Большинство сделок мы заключаем именно на ярмарках. Не думаю, что мы в этом одиноки. Ярмарочная неделя – очень напряженное время: ты все время чем-то занят, у тебя нет ни единой свободной минутки. Поэтому художникам, желающим показать свои работы, лучше держаться подальше от нашего стенда. Нет, серьезно. Мы в такие дни на себя не похожи».

Сабрина Бьюэлл, совладелец галереи Злот, Бьюэлл и партнеры (Сан-Франциско), бывший директор галереи Мэттью Маркса (Нью-Йорк)

«Больше всего зрителей бывает именно на ярмарках. Это факт. Именно поэтому я продаю свои работы только при условии, что мне будет позволено брать их для выставок. Работа над произведением отнимает столько времени и сил, что лишить художника возможности хотя бы изредка распорядиться им было бы просто несправедливо. Лично мне тогда просто нечего было бы показывать. Недавно, кстати, побывал на одной ярмарке. Почувствовал себя тем парнем с мунковского “Крика”».

Фред Томаселли, художник (Нью-Йорк)

«Главное – просто туда пойти. Это способ социализации, как и открытие выставки. Своим присутствием вы словно говорите: “Смотрите, вот он я. Я существую”. Если вы уже сотрудничаете с галереей, то сможете повидаться с ее представителями, чтобы напомнить о себе. Если не сотрудничаете – что ж, это отличный способ познакомиться с нужными людьми.

Это сильно выматывает, да, и иной раз я буквально заставляю себя отправиться на ярмарку. Но ни один из визитов не напрасен: я либо вижу то,

на что однозначно стоит взглянуть, либо встречаю того, с кем однозначно стоит пообщаться. Хотя оттуда я не ухожу – уползаю. Абсолютно без сил».

Стефани Даймонд, художница (Нью-Йорк)

Ярмарка по своей сути та же выставка-продажа. Множество галерей – от полутора десятка до пяти сотен – размещают свои стенды на территории конференц-центров или отелей (а то и вовсе на площадке под открытым небом) и в течение нескольких дней продают произведения своих авторов – столько, сколько могут. Крупнейшая в мире ярмарка – Арт-Базель – проводится два раза в год (в июне в Швейцарии и в декабре в Майами).

В Лондоне есть Frieze, в Париже – FIAC, в Нью-Йорке – Арсенальная выставка. Существует Арт-Дубай, Арт-ГК в Гонконге, ShContemporary в Шанхае и еще около пятидесяти чуть менее крупных и известных, вроде PULSE, NADA, VOLTA, Aqua, Score, NEXT или Dark Fair. Про онлайн-ярмарки, предназначенные только для ВИП-покупателей, мы не говорим.

Участие в таких мероприятиях обходится галереям *очень* дорого. На небольших ярмарках за стенд приходится отдавать около 6000 долларов, на крупных – до 40 000. Да-да, за пустое пространство. Добавьте сюда доставку работ, страховку, стоимость перелета и проживания, и получится, что за пять дней галерея может запросто потратить около 100 000 долларов. Вот, например, как спланировала галерея Уинклмана бюджет своего участия в одной из лондонских ярмарок в 2007 году:

- стенд – \$31 000;
- дополнительные расходы на стенд (розетки, перегородка и т. д.) – \$2300;
- упаковка – \$5000;
- доставка (в оба конца) – \$25 000;
- помещение для хранения пустой упаковки и упаковочных материалов – \$1000;
- труд подсобных рабочих (монтаж и демонтаж стенда) – \$3000;
- перелет сотрудников галереи (4 человека) – \$2000;
- проживание сотрудников – \$5600;
- питание сотрудников – \$720;
- обеды и ужины с клиентами – \$2500;
- мобильная связь (с учетом роуминга) – \$1500;
- транспорт – \$400;
- банкет для клиентов – \$20 000.

Итого: \$100 020

Крупнейшие и наиболее известные галереи тратят даже больше. Расходы эти, однако, полностью окупаются: некоторым так и вовсе удастся выручить за одну ярмарку столько, сколько и за полгода в обычном режиме не заработать. Вот почему за последние несколько лет так резко возросла популярность ярмарок среди галерей. Вот почему так резко выросло и их, ярмарок, количество.

Мы пишем эту книгу в условиях часто меняющихся экономических реалий, в которых существует мир искусства; реалий, порождающих великое множество домыслов о том, что же будет завтра. Да, мелкие ярмарки растут как грибы после дождя, но представить себе, что эта тенденция сохранится хоть сколь-нибудь надолго, практически невозможно. Тем не менее, даже если некоторые ярмарки (а хотя бы и большинство) перестанут существовать, а галереи в массовом порядке начнут игнорировать их одну за другой, сама система ярмарок непременно будет жить.

«Ярмарка – штука странная. Как будто попадаешь в водоворот. Просто голова идет кругом! Пару лет назад я сказала бы, что ярмарка – хороший

способ открыть для себя новые имена. Но сейчас я все чаще и чаще встречаю там одних и тех же художников и все реже и реже вижу что-то новое и экспериментальное».

Энн Илгуд, куратор Музея Хаммера (Лос-Анджелес) и бывший куратор Музея и сада скульптур Хирихорна (Вашингтон)

«Времени нет ни у кого. Вы помните, когда на ярмарке в последний раз показывали фильм длиной целый час? Все, на знакомство с чем требуется больше нескольких минут, безжалостно отбрасывается в сторону. За редчайшим исключением. Институт ярмарок – по крайней мере в том виде, в котором он существует сейчас – позволяет коллекционерам лениться. Как следствие, их представление о современном искусстве далеко от реальности – оно искажено и ограничено теми рамками, в которых проходят подобные мероприятия.

Я знаю несколько художников, чей рабочий график полностью подчинен расписанию ярмарок, а творческий процесс – требованиям, предъявляемым организаторами. Если художник сотрудничает одновременно с двумя-тремя галереями и каждая из них ежегодно участвует в четырех-пяти ярмарках, этого, как правило, вполне достаточно, чтобы люди увидели его творчество и заговорили о нем. Раньше, чтобы принять участие в выставке, нужно было года два тяжело и усердно работать. Теперь для этого вполне достаточно быстрого показа в контексте художественной ярмарки».

Джаспер Шарп, куратор Музея истории искусств (Вена, Австрия)

«Обращаясь на ярмарке к галеристу, имейте в виду, что этот пустой взгляд, которым вас удостоят, скорее всего означает, что галерист пытается прикинуть, уместится ли ваш труп в одной из упаковок и как далеко его нужно будет увезти, чтобы никто не нашел».

Эдвард Уинклман, галерея Уинклмана (Нью-Йорк)

А стоит ли ехать?

Лишь некоторые – увы, весьма немногие – устроители ярмарок пытаются «декоммерциализировать» подобные мероприятия, соответствующим образом организуя отбор и показ произведений, четко контролируя каждый этап и даже устраивая персональные выставки. Большинство же относятся к своим детищам исключительно как к возможности заработать. Все без разбора представители галерей загоняются в одно стойло, выстраиваются в бесконечные ряды однотипных, вызывающих приступы клаустрофобии стендов, между которыми снуют толпы и толпы коллекционеров, кураторов и обычных зевак, пытающихся разобраться в бессистемном нагромождении всего того, что гордо именуется искусством.

В подобной среде не так-то просто существовать, именно поэтому некоторые художники старательно обходят ярмарки стороной, а кто-то так и вовсе отказывается отдавать их организаторам свои работы. Но большинство авторов все же активно участвует: кто – из ревностного любопытства, кто – из желания быть в курсе событий и не терять связь с нужными людьми.

В общем, не хотите ехать – не надо, но, если все-таки решитесь, учтите: причин бежать оттуда у вас будет достаточно.

Как выжить на ярмарке

Вот несколько способов облегчить себе жизнь, если вы собираетесь на ярмарку:

- *Соберите информацию. В одни и те же дни могут проходить несколько десятков ярмарок. Пытаться побывать везде и увидеть все – только хуже себе делать. Определитесь, что именно вам интересно: творчество начинающих или более известных художников; узнайте, какие галереи будут участвовать и есть ли среди них те, с которыми вам хотелось бы сотрудничать.*

- *Узнайте расписание. Нет острой необходимости обходить все в один день. Узнайте, когда именно будут проводиться интересные вам мероприятия, и в соответствии с этим спланируйте свое время.*

- *Поешьте перед ярмаркой. Обед на ярмарке стоит не меньше произведения искусства.*

- *Обуйте легкую и удобную обувь. Вам придется провести на ногах несколько часов кряду.*

- *Не ходите на ярмарки в одиночестве. С другом гораздо веселее. Заодно будет с кем обсудить увиденное.*

- *Если организаторы бесплатно раздают схемы мероприятия – возьмите себе одну. Бессистемное блуждание не даст вам ничего, кроме головной боли. Возьмите схему прямо на входе и отправляйтесь напрямик к стендам тех галерей, которые вам нужнее всего. Сначала сделайте дело и лишь потом можете не спеша изучать все подряд, пока глаз окончательно не замылится.*

- *Делайте записи. Возьмите с собой бумагу и ручку (ну или планшет) и фиксируйте любую полезную информацию о галереях и людях, которые вам понравились. Запишите имена художников, чьи работы можно в чем-то сопоставить с вашими.*

- *Обращайте внимание на цены. Ярмарка – это лучшее место, чтобы понять, сколько и за что платят. Если ценников нет рядом с произведениями, загляните в буклеты и проспекты – галереи обычно выкладывают их на столе в центре стенда.*

- *Не приставайте к сотрудникам галерей, если не собираетесь ничего покупать. Это самое неподходящее место, чтобы показать себя галеристу или куратору. Конечно, если вы знакомы, поздороваться никто не мешает, но и только: у них и без вас хлопот хватает.*

И что потом?

Итак, вы выбрали галерею и убедились, что ваши работы ей концептуально подходят. Вы знаете, кто в ней выставляется и кто работает. Выясните, кому (директору, владельцу или кому-нибудь еще) и как (лично или по электронной почте) можно показать свою заявку. Не стесняйтесь попросить коллег замолвить за вас словечко.

Скорее всего, вас попросят прислать ссылку на сайт. Не ограничивайтесь только ссылкой, пусть это будет полноценное (но при этом лаконичное и ясное) письмо. Перечислите всех знакомых, которые работают в этой галерее или сотрудничают с ней (с их согласия,

разумеется), объясните, почему вам так интересна их программа, предложите принести все материалы лично. И добавьте ссылку, причем так, чтобы она не терялась в тексте. Не прикладывайте изображения своих работ (конечно, если вас об этом прямо не просят) – пусть галерист зайдет на сайт и увидит все сам, в том контексте, который кажется вам наиболее правильным.

Никогда не платите за показ своих работ

Есть такие «галереи», которые взимают с художников плату за показ своих работ. Не связывайтесь с ними. У таких организаций в большинстве своем весьма дурная репутация, да и в том, чтобы продвигать или, тем более, продавать ваши произведения, они заинтересованы мало. Так что пользы от такого «сотрудничества» никакой, и все, что вы получите, – счета за их сомнительные услуги. Лучше подать заявку на грант, который покроет расходы на организацию выставочного проекта (поиски и аренду помещения, которое можно превратить в своего рода временную галерею), или обратиться к некоммерческой организации с просьбой о спонсорской поддержке. Все лучше, чем платить странной конторе, именующей себя галереей.

И имейте в виду: мы здесь говорим только о США. Потому что в Японии, например, практика, когда художники платят галереям за участие в выставках, распространена довольно широко. И в некоторых других странах, вероятно, тоже. Но здесь, в Америке, это все выглядит довольно странно, и доверять такой организации мы бы не советовали. Разве только галерея имеет поистине звездную репутацию.

Чего не нужно делать

Это были шаги, которые нужно предпринять, чтобы начать свое сотрудничество с галереей. А вот несколько вещей, равносильных выстрелу себе в ногу. И мы не придумали их, о нет – художники постоянно совершают подобные ошибки.

1. Не действуйте наугад. Когда галерея ничего о вас не знает – это нормально, но когда вы ничего не знаете о галерее – это безрассудно. Запретите себе писать, пока не соберете всю нужную информацию, не убедитесь, что это именно то, что вам нужно, и не будете готовы ответить на любой вопрос относительно ваших целей и намерений. Подготовьтесь.

2. Просто приходите в галерею с портфолио под мышкой и просите уделить вам «всего лишь пять минут» – тоже не самая удачная затея.

3. Не приносите свое портфолио на открытие выставки другого художника.

4. Никаких массовых рассылок! Если у вас нет времени написать каждой галерее лично, почему вы считаете, что у них найдется время прочитать ваше письмо или просмотреть ваши работы?

5. В качестве обращения в письмах никогда не пишите фраз вроде «Тому, кто решает подобные вопросы» или «Уважаемый господин (-жа)!» – вы просто обязаны знать имя нужного человека.

6. Никогда – повторяем, никогда! – не приставайте на ярмарках к совершенно незнакомым людям с просьбой поспособствовать в налаживании контактов с галереей.

7. Не вмешивайтесь в разговор галериста с незнакомым вам человеком: тем самым вы можете сорвать выгодную сделку или просто прервать увлекательную беседу. Не самый лучший способ завести полезное знакомство, правда? Дождитесь паузы и лишь тогда подходите.

8. Не надоедайте людям. Читать между строк порой бывает нелегко, тем более что каждый по-своему старается завуалировать неприятные новости, но простое «нет» обычно означает «нет». Немного сложнее обстоят дела, когда вам просто не отвечают, но, если несколько ваших писем так и остались без ответа, смиритесь: это – отказ.

А может, галерея вам не так уж и нужна? (Да, мы это серьезно)

Некоторые работы в коммерческий контекст не укладываются вовсе. Может быть, ваше творчество «чересчур» экспериментально, концептуально или недолговечно. Или же ваше произведение настолько огромных размеров, что просто физически не поместится ни в одной галерее. Если так, то лучшим вариантом будет альтернативное пространство.

«Художнику не всегда нужна галерея. Все зависит от того, каким именно художником вы хотите быть и какое место в искусстве занимать. Мы привыкли думать, будто мир искусства есть нечто однородное и монолитное. Но это совсем не так. Журналы об искусстве, бесконечные ярмарки, бьющая через край светская жизнь в Челси – это лишь малая его часть. Но есть и другие. И их много. Исходите из своего личного понимания успеха. Ведь ваше творчество – это ваша жизнь, а не просто времяпрепровождение. И поиски галереи – не единственный способ ее прожить».

Говард Фонда, художник (Портленд, Орегон)

Глава 8

Отказ: они тому причиной, а не вы

Быть профессионалом – значит постоянно получать отказы. Мы не знаем ни одного художника, которому хоть раз не отказывали. Шансы на отказ всегда довольно высоки.

Национальный фонд поддержки искусств недавно опубликовал данные, согласно которым в США насчитывается более двухсот тысяч художников, работающих в самых различных жанрах самых различных областей искусства. В то же время каждый год из университетов выпускается около восьми тысяч бакалавров и магистров изящных искусств. Большинство из них – не все, конечно, но все же довольно многие – мечтают о том, чтобы выставляться в Нью-Йорке. Сколько же всего галерей в Нью-Йорке, как вы думаете? Примерно тысяча. Мы посчитали: чтобы удовлетворить такой профессиональный спрос, каждая нью-йоркская галерея должна показывать восемь новых художников *каждый год*. И это с учетом того, что все они сотрудничают с новыми художниками, что реальности, естественно, не соответствует. На самом деле выпускниками художественных факультетов интесуются от силы две сотни галерей. В лучшем случае каждая из них ежегодно открывает миру искусства одно новое имя.

«Каждый год я посылаю заявки тем программам, в которых очень хочу участвовать. И каждый раз жду отказа. Но если состав комиссии не меняется и они видят мой прогресс, в этом есть смысл».

Алессандра Экспозито, художница (Нью-Йорк)

«Из более трех сотен соискателей мы выбираем двадцать пять. После второго раунда из двадцати пяти остается лишь четверо. По сути, каждый из этих двадцати пяти мог бы претендовать на вознаграждение, которое мы предлагаем, и многие из тех, кто его все-таки получал, были когда-то в нашем списке ожидания. А скольким известным художникам, которые, вполне возможно, прекрасно подошли бы нам, мы отказали... Выбирать четверых из двадцати пяти – все равно что играть в рулетку».

Джозеф Хейвел, художник и руководитель программы Core (Хьюстон)

«Отправить заявку на участие в выставке, резидентской или любой другой программе – отличная возможность показать свои работы профессионалам. Состав комиссии, как правило, часто меняется, поэтому важно не сдаваться после первой неудачи и пытаться снова и снова. Но если уж вы решились повторно отправить заявку, не копируйте бездумно первую, а измените и дополните ее, чтобы она показывала ваш прогресс тому, кто ее уже когда-то рассматривал».

Мелисса Левин, директор резиденции для художников Совета по культуре Нижнего Манхэттена (Нью-Йорк)

«Как бы уверены ни были художники в том, что любой галерист по природе своей – садист, испытывающий удовольствие, говоря “нет”, настоящее удовольствие ты испытываешь, говоря “да”, особенно если для художника это первая выставка. Совместное обсуждение технических вопросов, необходимость успокоить его, развеять все тревоги и сомнения способны доставить немало удовольствия».

Джордж Адамс, галерея Джорджа Адамса (Нью-Йорк)

За участие в известных по всей стране резидентских программах разворачивается не менее ожесточенная борьба. В Совет по культуре Нижнего Манхэттена, например, на пятнадцать мест ежегодно поступает около тысячи заявок. Хьюстонская программа Core отбирает в год только четырех из более чем трехсот соискателей; Skowhegan – шестьдесят пять из тысячи шестисот.

**ЭТОТ КОСТЮМ СМОДЕЛИРОВАН
СПЕЦИАЛЬНО ДЛЯ ЗАЩИТЫ
ОТ ЯДА, КОТОРЫМ ПРОПИТАНЫ
ВСЕ ОТКАЗЫ.**



«При всей своей храбрости художники порой бывают очень ранимы. Сам по себе факт отказа способен выбить почву из-под ног у кого угодно, и добивать беднягу резкой формулировкой не хочется. Поэтому даже несмотря на то, что его произведения могут не подходить нам (а обычно и не подходят), ты пытаешься хоть как-то подбодрить и поддержать его на пути к заветной цели».

Стив Генри, директор галереи Пола Купер (Нью-Йорк)

Причины отказа, которые от вас совершенно не зависят:

- *личные предпочтения куратора, галериста или члена комиссии;*
- *ваши работы слишком похожи на работы других соискателей;*
- *ваши работы слишком отличаются от работ других соискателей;*

- *ваши работы заметно выделяются на фоне работ других соискателей;*
- *первоначальная идея или концепция программы изменилась, и теперь организаторам нужны другие формы или стили;*
- *бюджет программы;*
- *слепой случай.*

Причины отказа, которые от вас зависят:

- *неточное выполнение указаний и игнорирование инструкций;*
- *низкое качество предоставленных изображений;*
- *подготовленные спустя рукава материалы;*
- *отсутствие всех необходимых материалов;*
- *откровенно недостижимые цели;*
- *некорректное описание опыта и достижений;*
- *расплывчатая формулировка целей.*

Причины отказа, на которые при должной подготовке можно повлиять:

- *предпочтения организации: программа не принимает к участию работы, созданные в определенном стиле или определенными материалами;*
- *вы недостаточно амбициозны;*
- *вы чересчур амбициозны;*
- *ваши работы не соответствуют идее или концепции программы;*
- *ваш опыт не соответствует требованиям программы;*
- *вы не нуждаетесь в поддержке.*

Мораль в том, что нужно отрастить себе толстую кожу и не принимать отказы близко к сердцу. Поймите, вы просто не можете себе этого позволить. Конечно, сказать легче, чем сделать, но мы все-таки это скажем: воспринимайте отказы как часть своей работы.

Это не значит, что вы должны скакать до потолка, получив отказ от комиссии интересной программы или руководства галереи вашей мечты. Огорчение в таких случаях понятно и естественно, и притворяться, что вам абсолютно все равно, не имеет смысла. Но попытайтесь понять, что сам факт отказа еще не значит, что с вами и вашими работами что-то не так.

Давайте посмотрим на проблему на примере резидентских программ. Итак, комиссия должна определиться с окончательным выбором. До этого этапа доходит совсем небольшое количество соискателей, и дело тут не только и не столько в качестве работ, а в том, что всем талантливым художникам просто не хватит мест. Вам могут отказать только потому, что ваши работы чем-то похожи на работы тех, кто попал в список победителей в прошлом году. Или потому, что, по мнению комиссии, ваши работы не так хорошо вписываются в концепцию программы, как работы ваших коллег (а концепция эта, к слову сказать, меняется из года в год, и, то, что не подошло в этот раз, может отлично подойти в следующий).

Вы ведь даже не знаете, насколько «близки» были к заветной цели. Откуда вам знать, может, четверо из девяти членов комиссии были в восторге от ваших работ и вам не хватило всего одного голоса «за»? Или вы считаете, что решение об отказе выносится исключительно единодушно? Или полагаете, что отказом они дают вам понять, что стоит вовсе отказаться

от этой затеи? Мы уже писали об этом в шестой главе: вы должны быть готовы подавать заявки снова и снова, пока не добьетесь своего или не станет очевидно, что пора сдаться.

Имейте в виду, что члены комиссий не исчезают в никуда – они сотрудничают с другими программами, организуют выставки, работают с коллекционерами. Чем чаще им попадается на глаза ваше имя, тем больше шансов, что вас запомнят и будут иметь в виду как возможного участника будущего проекта или художника, чьи работы могут быть интересны коллекционерам, – и тот факт, что им пришлось отклонить одну из ваших заявок, не имеет большого значения.

24/12/71

Уважаемый директор галереи!

С сожалением сообщаю Вам, что в этот раз вынужден отказать Вашей галерее в возможности представлять свои произведения на выставке, о чем шла речь в предыдущей переписке, в силу любых, на Ваш вкус, нижеперечисленных причин:

- Неудобное месторасположение
- Плохое освещение
- Стиль представляемых Вашей галереей произведений не соответствует стилю, в котором выдержано мое творчество
- Недостаточно активное освещение проводимых мероприятий в специализированных СМИ
- Плохое качество представляемых работ
- Устойчивая репутация Вашей галереи как второ- или третьесортного заведения
- Некомпетентные или грубые сотрудники
- Неблагозвучное, на мой вкус, название галереи
- Плохое настроение, которое посетило меня при посещении Вашей галереи
- Отсутствие у меня малейшего представления о том, чем Ваша галерея занимается, что стало причиной моего нежелания тратить время на личный визит
- Отсутствие у меня малейшего представления о том, кто все эти художники, которых вы представляете, что стало причиной моего нежелания тратить время на личный визит

Возможно, Вам еще удастся найти некоторое количество художников, которые будут заинтересованы в сотрудничестве с Вами. Всего наилучшего.

Если же говорить о галереях, то в большинстве своем они весьма и весьма консервативны. Те же немногие из них, что задаются целью каждый год открывать миру новых художников, руководствуются в своем выборе в основном качеством работ. Но «в основном» не значит «только». Галерист может быть без ума от вашего творчества, но при этом

не знать коллекционеров, которым оно показалось бы интересным. Или ваши произведения слишком велики для конкретного помещения. Или галерея уже представляет работы, схожие с вашими. В конце концов, галерист может подумать, что его галерея – не для вас, что в своем сотрудничестве с ней вы будете чувствовать себя недостаточно комфортно (хотите – верьте, хотите – нет, но галеристы действительно думают о чувствах художников). Или что ваши личные качества вступают в противоречие с проповедуемыми ею идеями.

Как и члены комиссий, сотрудники галерей часто меняют место работы. Вдруг кто-то, кому нравится ваше творчество и кто в силу самых различных причин не смог показать ваши работы в одном месте, решит показать их в другом?

А что насчет кураторов? Им тоже могут понравиться ваши произведения, просто выставка, над которой они в данный момент работают, посвящена совсем другому. Может быть даже так, что изначально вас включили в число участников, но затем тема или концепция немного изменились, в чем ничего противоестественного нет, особенно с учетом того факта, что на организацию некоторых выставок уходят годы. Причем решение об отказе сообщается художнику только в самый последний момент, потому что именно в самый последний момент владелец галереи, ее старший куратор или директор утверждает программу выставки.

Все эти причины достаточно распространены, и лишь небольшое их количество напрямую связаны с вашим мастерством. Так что принимать отказ на свой счет действительно не стоит.

Почему галереи не отвечают мне прямо: «да» или «нет»? Неужели так сложно отправить электронное письмо с одним из этих коротеньких слов?

Ну, одно электронное письмо отправить действительно не сложно. А вот триста одно – немного сложнее. Каждая галерея ежедневно получает от пяти до пятидесяти заявок, посланных художниками просто наугад, вне рамок какого-нибудь конкурса или программы. Отвечать на каждое письмо просто нет времени, поэтому часто все это откладывается на потом.

Вы не единственный, кому отказали. Бывает так, что и галереям отказывают.

«Отказывать галереям нелегко. Говорить “нет” в принципе сложно. Представьте, каково это – звонить своим друзьям и говорить, что их галерею, которую ты просто обожаешь и всеми силами поддерживаешь, вдруг придется отказаться от участия в ярмарке. Как директор я должна доводить до сведения галерей решения организационного комитета, и это, как вы наверняка можете себе представить, одна из самых неприятных моих обязанностей. По сути, мне лично приходится сообщать галереям, будут ли они принимать участие в ярмарке. Как-то раз галерея из забытой богом страны на окраине Европы прислала мне письмо в ответ на наш отказ допустить их к участию в PULSE. Не пожалели сотни долларов на то, чтобы рассказать мне, насколько они злы и насколько плохой, по их мнению,

у меня вкус. И это при том, что я не имею абсолютно никакого отношения к организационному комитету и его решениям».

Хелен Аллен, сооснователь и директор компании Allen/Cooper Enterprises (Нью-Йорк)

Когда «нет» означает «нет»?

Иногда то, что вам пишут или говорят в ответ, нелегко перевести на человеческий язык. Претендент обычно настроен на прямой ответ: «да» или «нет». Но палитра моделей общения у сотрудников галерей, некоммерческих организаций и других учреждений богата не только черным и белым, но и самыми разными оттенками серого. Допустим, вы знакомитесь с галеристом или куратором, который просит прислать ему заявку (если не знаете, что это, почитайте третью главу). Вы эту просьбу выполняете и, разумеется, ждете ответа.

Смотрите, какой ответ могут вам прислать – мы расположили возможные варианты по шкале от однозначного «нет» до однозначного «да».

- «Мы решили немного пересмотреть концепцию выставки».
- «Ваши работы несколько отличаются от нашего видения выставочной программы».
- «Ваши работы не вполне соответствуют идее нашей выставки».

Это все – вежливо сформулированное «нет». Если вы получили письмо с подобным ответом (и если в этом письме больше ничего нет), со спокойной душой двигайтесь дальше. Конечно же, вы можете попробовать постучаться в эту дверь снова – когда ваше творчество претерпит определенные изменения и у вас появится ощущение, что теперь-то оно точно «соответствует идее». У вас может возникнуть вполне понятное желание попросить более развернутого комментария, но делать этого не стоит – комментария вы не получите, а вот человека, ответственного за отбор авторов, здорово рискуете вывести из себя. Поверьте, если бы у него было время дать вам более подробный ответ, он бы это сделал. Но, кроме вас, у него еще несколько десятков художников, которым он тоже должен написать – и как можно быстрее.

Как мне узнать, получены ли мои материалы? Вдруг их потеряли на почте?

Ну, во-первых, вероятность того, что ваш заявочный пакет действительно потеряют на почте, невелика. Во-вторых, если вы все-таки не склонны доверять почте, есть несколько надежных способов избавиться от любых сомнений. Можно доставить все лично. Можно передать пакет с оказией. Можно все-таки довериться почте, но приложить к бандероли открытку с заполненным обратным адресом и краткой – достаточно и пары слов – просьбой прислать эту открытку назад, когда материалы будут получены.

А еще можно написать лаконичное и вежливое электронное письмо человеку, которому вы все это отправляли (конечно, если вы с ним знакомы).

– Радиомолчание.

Не пугайтесь: если вам не отвечают, это не означает «нет». Это, конечно, и не «да», но шансы есть. Помните, что на организацию большинства выставок обычно уходит не меньше года, поэтому в срочном ответе нет никакой нужды. Вполне вероятно, что ваши работы подходят, просто человек, от которого вы ждете ответа, в настоящий момент занят куда более важными делами. Галеристы в принципе очень занятые люди: им нужно подыскивать подходящих художников, налаживать контакты с коллекционерами, посещать множество ярмарок. Кураторы, с их многочисленными выставками, заняты ничуть не меньше.

Так что же делать? С одной стороны, не хочется лишний раз надоедать, с другой – надо бы напомнить о себе, чтобы о вас под ворохом дел случайно не забыли. Во-первых, прочитайте все инструкции. Там может быть написано, например, что заявки рассматриваются раз в три месяца. Это значит, что еженедельными звонками вы вряд ли вызовете к себе нежные и добрые чувства. Во-вторых, продолжайте ходить на выставки – и на открытия, и в обычные дни. В-третьих, можете пригласить нужного вам человека на следующую свою выставку или любое другое мероприятие. Это куда лучше и эффективнее, чем выпрашивать ответ на свою заявку. Чтобы напомнить о себе и своем интересе, одного-двух таких приглашений в год вполне достаточно. Не переусердствуйте, иначе у человека может создаться впечатление, будто его атакует надоедливый спамер.

– «Пришлите нам приглашительные на свою выставку».

Это не «да», но надеяться можно. Выставлять вас, скорее всего, не собираются, но относятся с интересом и, возможно, хотят следить за тем, чем вы занимаетесь. Если вы получили письмо с таким ответом, добавьте собеседника в список гостей вашей следующей выставки. Отправляя приглашение, напишите что-нибудь вроде – «С надеждой на Ваш визит...». Вам, скорее всего, не ответят, да и на выставку, возможно, так и не придут. Но это не повод обижаться. Главное, чтобы о вас помнили.

«Если вам отказали, это не значит, что ваши работы гроша ломаного не стоят. Может быть, они просто не соответствуют тем задачам, которые ставит перед собой галерея».

Андреа Поллан, владелица галереи Curator's Office (Вашингтон)

«Работы, представляемые на одной выставке, не могут быть совсем уж разношерстными. Сквозь всю экспозицию должна прослеживаться общая идея, некая единая концепция. Творчество одного автора вступает в диалог с творчеством другого, чьи работы располагаются рядом: художник А беседует с художником Б, тот, в свою очередь, обменивается мнениями с художником В. И так до конца алфавита, где Я и А снова должны иметь что-то общее. При этом то, что было в начале (художник А), и то, что есть в середине (допустим, художник О), могут быть вообще никак не связаны. Этаким цветовой круг²⁰».

Сара Джо Ромеро, Schroeder Romero Editions (Нью-Йорк)

«Жизнь слишком коротка, чтобы посвящать ее всяким болванам, открывая им двери в свою галерею».

Хизер Тейлор, галерея Тейлор де Кордова (Лос-Анджелес)

«Задача куратора – составить сбалансированную программу выставки и заставить ее работать в течение года или даже нескольких лет. Существует огромное количество художников, работать с которыми было бы сплошным удовольствием, существуют художники, которым тот или иной музей мог бы оказать очень серьезную поддержку, но в силу целого ряда причин в данный конкретный момент это неосуществимо, и художники в результате так и не попадают на выставки. Это реалии нашей жизни. У каждой галереи свои

²⁰ Цветовой круг – способ представления непрерывности цветовых переходов, в котором сектора окрашены в различные тона, размещенные в порядке расположения цветов. – *Прим. пер.*

причины отказать тому или иному автору, поэтому вывести некие общие для всех закономерности очень сложно».

Питер Эли, куратор центра современного искусства PS1 (Нью-Йорк) и бывший куратор центра Walker Art (Миннеаполис)

– «Держите нас в курсе».

– «Пришлите нам свои следующие работы».

И опять же, это не «да», но здесь к вам проявляют уже самый настоящий интерес. Такой ответ – неплохой повод для радости. Он означает, что галерея заинтересована в сотрудничестве с вами и в будущем у вас есть все шансы принять участие в одной из их групповых выставок. Лучший способ добиться своего в такой ситуации – сделать то, о чем вас попросили. «Держите нас в курсе» означает, что вы смело можете добавлять собеседника в список контактов и писать ему каждый раз, когда в вашей творческой жизни происходит что-нибудь значительное. «Пришлите нам свои следующие работы» означает, что, когда ваша новая работа будет полностью закончена, вам стоит тут же обратиться в галерею. Если понадобится, напомните им об этой их просьбе.

– «Мы решили сохранить ваши материалы».

Лучше этого может быть только «да». «Сохранить» значит поместить в специальную базу, к которой галерея обращается всякий раз, когда формулирует концепцию новой выставки или планирует визиты в мастерские. База эта не так уж и велика – вряд ли у галереи хватит места, чтобы хранить материалы сотен и сотен художников. А значит, вам удалось попасть в небольшое число избранных. Конечно, собеседника нужно немедленно добавить в список контактов и ни в коем случае не забывать о нем, когда показываете всем свое новое произведение. Каждый месяц писать, естественно, не стоит, но рассказывать самые важные новости и показывать по-настоящему интересные и свежие работы не только можно, но и нужно.

– «Да».

Такой ответ вы, скорее всего, в письме не получите. Обычно это происходит куда менее формально: телефонный звонок – и все тут же закрутилось. Готовьтесь: в самое ближайшее время к вам в мастерскую придут гости.

«Если у вас есть некий проект и вы совершенно уверены, что он подходит под идею конкретной выставки или программы, смело подавайте заявку. Я хочу, чтобы каждый художник задумался над несколькими вещами: “Что я из себя представляю в настоящий момент?”, “Чего ждут от меня организаторы?” и “Насколько первое соответствует второму?”. И если в ответе на третий вопрос у вас нет абсолютной уверенности, не посылайте заявку. Потому что в итоге вы получите отказ. Отказ, отказ и еще раз отказ. Так недолго и вовсе руки опустить».

Криста Блетчфорд, художница, директор по поддержке художников фонда Джоан Митчелл, бывший куратор учебных программ для художников Нью-Йоркского фонда искусств (Нью-Йорк)

Каждому найдется место

Нужно постоянно подталкивать себя. Если на большинство ваших заявок отвечают «да», попробуйте подойти к выбору выставок более избирательно.

Если же вам постоянно отвечают отказом, вы, вероятно, делаете что-то не то: возможно, конкуренция слишком велика или вы просто не тот, кто им нужен. Настойчивость, конечно, важна, и повторная заявка – не просто демонстрация этой самой настойчивости, но объективная необходимость, благодаря которой вы рано или поздно добьетесь своего. Но если проходит год за годом, а вы получаете отказ за отказом (не возьмемся судить, сколько именно, – это не наша прерогатива), рано или поздно все же придется признать, что вы сделали неправильный выбор. Количество получаемых отказов можно значительно сократить, просто с большей тщательностью подходя к выбору программ. Мы рассказывали об этом в шестой (гранты и резидентские программы) и седьмой (различного рода организации) главах – перечитайте их, если все еще испытываете подобного рода трудности и никак не можете найти свое место в мире искусства.



«Отказ порой сильно ранит. И рану эту, возможно, придется залечивать несколько дней, недель, а то и месяцев. Он может остановить развитие, отбросить назад, заставить выискивать недостатки в собственных работах или творческом процессе в целом. Мне не раз отказывали в грантах и участии в выставках. Бывало и такое, что меня сначала включали в список участников, но в последний момент вдруг вычеркивали. У меня срывались сделки. Но всегда, в любой ситуации, я продолжал заниматься тем, чем должен был, подстегиваемый одной и той же идеей. Прозвучит,

возможно, слишком общо и эфемерно, да и практической пользы от нее мало, но я постараюсь объяснить. Так вот, идея эта – диалог с другими людьми и художниками.

Когда получаешь отказ, меньше всего хочется возвращаться в мастерскую. Но это тем не менее именно то, что нужно сделать в первую очередь. В качестве альтернативы можно, конечно, выбрать другое место, но только такое, которое принесет тебе еще больше вдохновения. Просто оглядитесь. Я, например, постоянно работаю над несколькими проектами (и не важно, выльются они во что-нибудь более-менее цельное или нет), и, когда что-то вдруг идет не так, у меня всегда есть на чем сосредоточить свои мысли и энергию.

Отказ может стать той искрой, от которой возгорится пламя, главное – понять, что в этом ты не одинок. Это не более чем обязательный элемент системы, просто очередной шаг на пути вперед, маленький мазок на огромном полотне. Но если этот мазок не сделать, общая картина будет совсем не та».

Майкл Джусу, художник (Нью-Йорк)

«Безусловно, и для вас найдется свое место. В этом и заключается вся суть. Сразу после того, как я окончил магистратуру, ко мне в мастерскую приходило множество галеристов и кураторов. Я очень хотел с ними сотрудничать, но почему-то им не подходил. Сейчас я понимаю, что все это было к лучшему, ведь главное – найти гармонию, и для них это не менее важно, чем для нас. Ведь вы же не хотите оказаться в крупной галерее с громким именем, которая отвернется от вас в тот же момент, как увидит, что интерес к вашему творчеству не оправдывает ожиданий».

Чарльз Лонг, художник (Маунт-Болди, Калифорния)

Глава 9

Доставка произведений на выставку

Упаковка

Если вам нужно куда-то доставить свое произведение, первое, о чем необходимо подумать, – упаковка. В этой главе мы расскажем о том, как правильно упаковывать работы.

Строго говоря, «правильных» способов существует несколько. Мы опишем лишь некоторые из них и сделаем это на примере самых распространенных видов произведений искусства. Выполнение наших инструкций позволит вам уберечь работу от повреждений при транспортировке. Способы упаковки меняются в зависимости от формы произведения и материалов, которые использовались при его создании, да и ваш бюджет может наложить определенные ограничения. Все на свете обстоятельства мы предусмотреть, разумеется, не можем, поэтому рекомендации, изложенные в этой главе, – самые общие: вам придется приспосабливать их под конкретные нужды.

«Любое произведение искусства, строго говоря, совсем не предназначено для того, чтобы его таскали с места на место. Одно дело повесить его на стену или поставить на пьедестал, и совсем другое – куда-то перемещать. Вот тут и начинаются проблемы. Лучше вообще его не трогать, если на то нет острой необходимости».

Джонатан Шварц, директор транспортной компании Atelier 4 (Нью-Йорк)

«Чтобы другие уважительно относились к вашим произведениям, научитесь сами относиться к ним так же.

Хиллари Видеман, художница и бывший менеджер галереи Artists Space (Нью-Йорк)

У некоторых музеев с исключительными бюджетами есть специальное оборудование, которое сканирует произведение и изготавливает из пенопласта элементы, идеально подходящие под его формы. Это позволяет надежно зафиксировать произведение искусства в контейнере и называется «упаковка пустот» (нет, серьезно), потому что пенопласт заполняет пустоты между изделием и стенками контейнера. Не важно, что именно вы хотите упаковать, какими средствами располагаете и как далеко отправится ваше произведение. «Упаковка пустот» – это отличный способ уберечь его, поэтому имейте в виду следующее: изделие должно быть расположено как можно точнее в центре контейнера и надежно зафиксировано с учетом центра тяжести.



«Упаковывайте свои произведения так, будто это дорогой подарок. Главное, не переборщите со слоями, чтобы нам с клиентом не пришлось ждать четверть часа, пока с покупки снимут все, во что она завернута».
Хизер Маркс, галерея Маркс и Заваттеро (Сан-Франциско)

«Если вам нужно перевезти картину с очень деликатной поверхностью и вы не хотите, чтобы ее касались элементы упаковки, научитесь делать транспортировочные рамы. Не надо возлагать на галерею всю ответственность за хранение своей работы. В конце концов, это в ваших же интересах, чтобы ее доставили к нам в целости и сохранности и мы могли показать ее людям, поэтому просто сделайте транспортировочную раму. Это часть вашей работы».
Стив Заваттеро, галерея Маркс и Заваттеро (Сан-Франциско)

Вот несколько общих рекомендаций, а потом поговорим обо всем в подробностях:

- Наведите порядок. Вам потребуется немало места – куда больше, чем вы можете предположить.
- Надевайте белые перчатки каждый раз, когда прикасаетесь к своему произведению: так на его поверхности не появится ни жира, ни грязи. Если произведение тяжелое или имеет гладкую и скользкую поверхность, используйте перчатки с «пупырышками», лучше всего нитриловые или латексные – они не оставляют следов.
- Все материалы, используемые при упаковке произведения и касающиеся его поверхности, должны быть водостойкими, рН-нейтральными, долговечными и надежно обеспечи-

вать его сохранность. Их можно купить в магазинах канцелярских, строительных или хозяйственных товаров.

- Упаковывайте работу в том же положении, в каком она должна висеть или стоять.
- Не используйте полистироловые шарики, возьмите лучше воздушно-пузырьковую пленку, пенопласт или любой другой мягкий материал.
- Проследите, чтобы упаковочная лента или скотч никак не соприкасались с самим произведением: они могут его повредить, и, по статистике, повреждают-таки, занимая в рейтинге самых вредных факторов третье место сразу за солнечным светом и силой притяжения.
- Чтобы скрепить упаковку, используйте малярный скотч, который легко удаляется с большинства поверхностей. Защитив работу хотя бы одним слоем, поверх можно использовать более жесткую и грубую пластиковую ленту.
- Кстати, по поводу пластиковой ленты: выбирайте темно-коричневую, разноцветную или ту, на которую нанесено изображение, – любую, которая хорошо заметна. Многие художники исключительно из эстетических соображений предпочитают пользоваться прозрачной. Но именно из-за этих самых «эстетических соображений» распаковка превращается в сущий кошмар, потому что увидеть прозрачную ленту на фоне воздушно-пузырьковой пленки очень трудно. К тому же, если не убрать ее всю, найденные остатки могут повредить произведение.
- Особое внимание уделите граням и углам – при транспортировке это самые уязвимые места, поэтому их нужно защитить в первую очередь.
- Можно взять уже использованные материалы (но только не глянцевую бумагу, упаковочные ленты или скотч). Подпишите каждый слой упаковки – укажите, какие именно материалы вы использовали, чтобы не забыть, что за чем идет.
- Если перед вами стоит задача доставить произведение покупателю, включите в раздел инвойса «Доставка и погрузка» стоимость упаковочных материалов и смело покупайте самые качественные из них. Кстати, многие галереи так и делают: они-то, как никто другой, понимают, что коллекционер предпочтет чуть переплатить, чем подвергнуть свою покупку неоправданному риску.
- Если же вы готовите произведение к доставке на выставку, не помешает спросить галерею, предусмотрены ли бюджетом расходы на упаковку (и доставку). Кстати, галерист или куратор может подсказать вам наиболее безопасный и дешевый способ доставки, так что не стесняйтесь просить совета.

Закройте свою картину или фотографию не обычным стеклом, а оргстеклом, причем таким, которое не пропускает ультрафиолетовые лучи. Оргстекло не такое хрупкое и куда более легкое, поэтому с ним гораздо меньше хлопот при перевозке. И для самого произведения оно значительно лучше: солнечный свет губителен для изображений, и оргстекло – самый простой способ защитить картины и фотографии от ультрафиолета. Хотя и в этом случае лучше прятать работу от прямых солнечных лучей. Некоторые серьезные коллекционеры, кстати, ставят оргстекло даже себе в окна.

Тайвек или глянцевая бумага?

Многие художники (как, впрочем, и галереи) предпочитают глянцевую бумагу тайвеку²¹ только потому, что она дешевле. Можете последовать их

²¹ Тайвек (tyvek) – нетканый синтетический материал из высокоплотных полиэтиленовых нитей, бренд компании DuPont. – Прим. пер.

примеру, только имейте в виду следующее: во-первых, при повышенной влажности она становится жесткой; во-вторых, если где-нибудь случайно образуется загиб, он может повредить произведение и даже разрезать его; в-третьих, глянцева бумага не так эффективно защищает от влаги, как тайвек.

Двухмерные произведения в рамах

Ремонт поврежденной рамы может стоить чуть ли не столько же, сколько новая. Поэтому очень важно защитить не только произведение, но и раму.

1. Оберните раму толстым пергаментом и подпишите, где «лицо», а где «спина». Верх и низ можно пометить стрелками.

2. Каждый угол рамы обязательно защитите пенополистироловыми или картонными уголками, которые можно либо купить, либо сделать самостоятельно.



3. Затем идет воздушно-пузырьковая пленка, причем пузырьками наружу. Используйте пленку с крупными – не меньше двух с половиной сантиметров в диаметре – пузырьками (если, конечно, само произведение не очень маленькое). Если вы вдруг пропустили первый пункт: пленка, положенная пузырьками внутрь, может оставить следы на оргстекле, а то и вовсе прилипнуть к нему.

4. Скрепите пленку лентой или скотчем.

5. Не помешает еще один слой пленки – на этот раз пузырьками внутрь. И снова скрепите лентой или скотчем.

6. Упакованное таким образом произведение положите в коробку и заполните все пустоты. Для этого сгодится оставшаяся пленка или любой похожий по свойствам материал.

7. Не забудьте, что произведение должно находиться в центре коробки. Упаковочный материал должен окружать его со всех сторон и фиксировать так, чтобы оно не двигалось. Если коробку вы делаете сами, имейте в виду, что она должна быть достаточно большой, чтобы упакованная работа свободно входила внутрь.

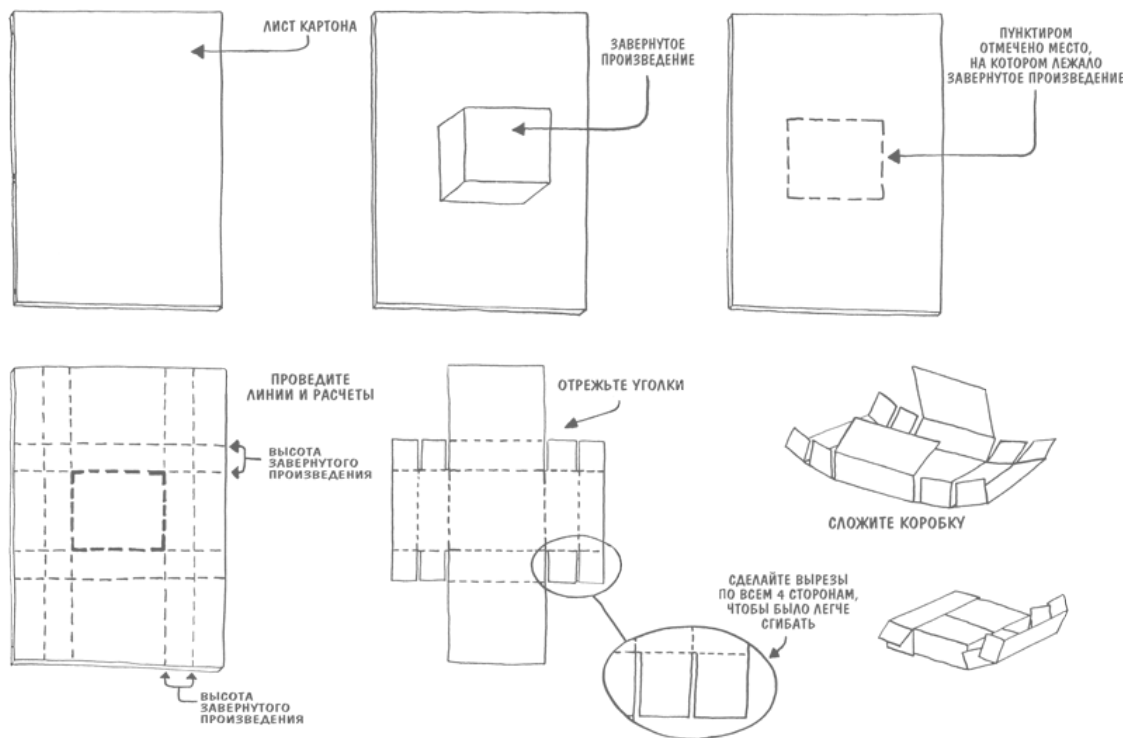
8. Произведения, размеры которых больше, чем 40 × 50 сантиметров, нуждаются в дополнительной фиксации. Сделать это можно тремя основными способами:

А. Сделайте то, что написано в первом и втором пунктах. Затем с одной стороны обернутого пергаментом произведения положите лист прессованного или двухслойного картона, многослойной фанеры или жесткого пенокартона (последнего существует несколько видов – подойдет любой). Затем – воздушно-пузырьковая пленка и коробка.

Б. Сделайте то, что написано в пунктах с первого по пятый. Обе стороны обернутого воздушно-пузырьковой пленкой произведения обложите листами пенопласта и положите все вместе в коробку.

В. Сделайте то, что написано в пунктах с первого по шестой. Коробку с работой поместите в еще одну коробку, размером побольше, а потом сделайте все то же – как если бы первая коробка была самим произведением.

ДЕЛАЕМ КОРОБКУ!



Если все вышеперечисленные шаги недостаточны и упаковка не слишком надежна, а шансы повредить работу при транспортировке все еще велики, придется сделать контейнер (см. раздел «Картины больших размеров»).

Как мне получить профессиональный совет об упаковке работ, если в месте моего обитания нет ни одной галереи?

Обратитесь в любую организацию, чья деятельность так или иначе связана с хрупкими изделиями. Зайдите в местный музей (художественный, научный или историко-археологический) или антикварный магазин.

Двухмерные произведения без рам

Есть два основных способа транспортировки таких произведений: в тубусе или в развернутом виде. Тубус использовать нежелательно: он годится только для фотографий или других «простых» бумажных работ (поверхность свернутых в рулон картин или рельефных произведений может потрескаться и осыпаться). Тем не менее, если вы все-таки рассматриваете такой вариант, просто оберните работу вокруг небольшой трубки и положите

в тубус более крупных размеров, который, само собой разумеется, должен быть достаточно жестким, ведь всего одна вмятина может испортить произведение.

Вот что нужно сделать, чтобы перевозить работу в тубусе:

1. Обложите произведение тайвеком, упаковочной глянцевой или архивной²² бумагой.
2. Оберните работу вокруг небольшой картонной трубки и закрепите так, чтобы она не двигалась.
3. Конечно же, воздушно-пузырьковая пленка, пузырьками наружу.
4. Максимально плотно поместите все это в тубус, сделанный из шестимиллиметрового картона или пластика. Неплохо подойдет в этом качестве и труба из ПВХ. А еще можем посоветовать вам пластиковые трубки.
5. Закройте оба конца тубуса.
6. Прямо на тубусе напишите адреса отправителя и получателя.
7. Тубус оберните полиэтиленом, чтобы уберечь от влаги.
8. Сверху еще раз напишите адреса.

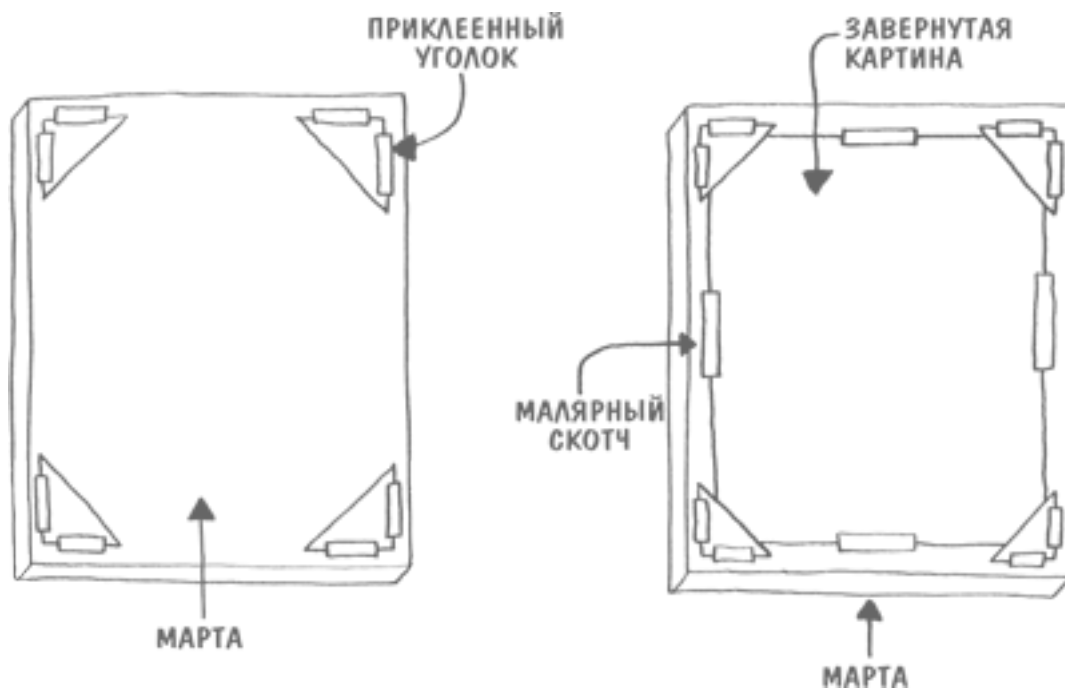
К черту скотч!

Разумеется, после доставки произведения нужно сохранить все элементы упаковки (придется же упаковать его и для отправки обратно). Единственное исключение – скотч и подобные вещи: выбрасывайте их без сожаления. Кусочки скотча так и норовят прилипнуть к произведению, и удалить их потом не так-то просто, поэтому лучше каждый раз использовать новые.

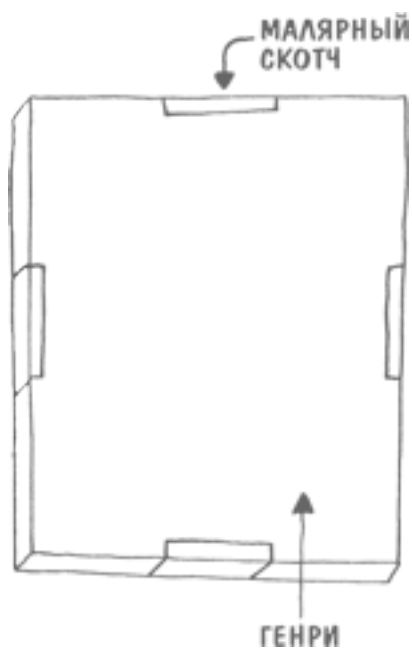
Чтобы перевезти работу в развернутом виде сделайте вот что:

1. Из архивной бумаги или мягкого тайвека сделайте «рукав» или конверт.
2. Положите произведение внутрь и заклейте конверт малярным скотчем.
3. Конверт прикрепите к листу картона, пенопласта или жесткого пенокартона: с помощью двухслойных бумажных уголков треугольной формы с раскрытым основанием. Уголки закрепите на листе картона (назовем этот лист Мартой). Вставьте конверт в эти уголки, а его края приклейте к Марте малярным скотчем.

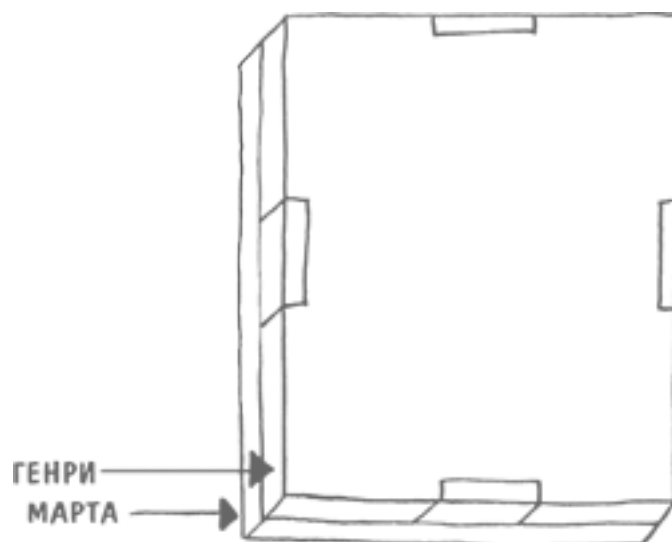
²² Архивная бумага – бумага, пропитанная щелочным раствором и не ветшающая со временем. – *Прим. пер.*



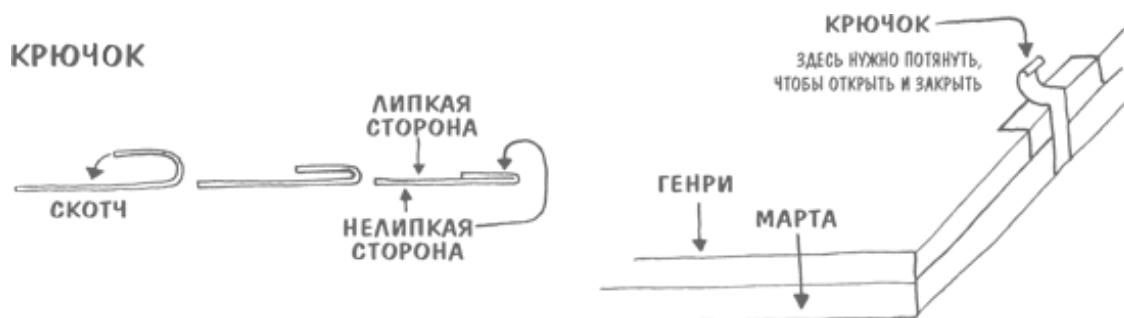
4. Заготовьте еще один лист – он должен быть абсолютно тех же размеров, что и Марта. Этот пусть будет Генри. Края Генри нужно оклеить по центру скотчем – так, чтобы грани проходили по середине ленты (это позволит лучше и надежнее скрепить листы вместе).



5. Конверт с произведением будет находиться между Мартой и Генри – этакий сэндвич.



6. Возьмите еще четыре куска скотча и заверните кончик каждого из них так, чтобы они по форме напоминали крючки. Они нужны, чтобы скрепить союз Марты и Генри. Располагаться они должны загнутым кончиком к Генри, незагнутым – к Марте, причем так, чтобы совпадали со скотчем, приклеенным к краям Генри. Так наш «сэндвич» можно легко открыть и закрыть.



7. Поместите все это между двумя слоями плотного поропласта, оргалита или мазонита (да-да, сэндвич в сэндвиче).

8. Оберните воздушно-пузырьковой пленкой и положите в коробку (см. раздел «Двухмерные произведения в рамах»).

«Я с этим бизнесом не связана, и не мне судить, какие там у кого пунктики. Мне нравится моя работа, потому что от каждого встреченного человека я узнаю что-то новое и мой мир начинает играть новыми красками. Но если бы я могла выбрать себе свой пунктик, это совершенно точно было бы все, связанное с упаковкой собственных произведений».

Элинор Уильямс, консультант по вопросам искусства и независимый куратор (Хьюстон)

Как сэкономить на перевозке

Сотрудники транспортной компании могут упаковать все за вас, но оплата у них почасовая, так что вам это запросто может оказаться

не по карману. Чтобы сэкономить, упакуйте работу сами (узнайте у перевозчика, как именно это сделать).

Чтобы сэкономить, можете выбрать облегченный вариант упаковки, что защитит ее при перевозке, если с ней будут бережно обращаться. Так бы вы упаковали работу, если бы перевозили ее сами: в один-два слоя воздушно-пузырьковой пленки, возможно, даже в коробку. Это меньше, что вы можете (и должны) сделать.

Впрочем, с большими или хрупкими произведениями так поступать не стоит: пакуйте их либо полностью, либо не пакуйте вообще. Можно изготовить транспортировочную раму – контейнер без лицевой стенки, обтянутый тайвеком или полиэтиленом.

Заранее предупредите компанию, услугами которой решили воспользоваться, как и во что вы упаковали произведение: они могут пользоваться разным транспортом для перевозки вещей в твердой и мягкой упаковках.

Что-что она сделала?

Пару лет назад одной нашей знакомой художнице понадобился транспорт, чтобы привезти свое произведение с выставки обратно домой. Это была картина, причем довольно большая – почти два на два метра. Художница просто положила ее в кузов пикапа и повезла по шоссе. Ни веревок, ни брезента – вообще ничего.

На скорости около ста километров в час ветер поднял картину в воздух, и она плавно спланировала на дорогу напрямик под колеса едущих сзади автомобилей. Хорошо хоть никого не убила.

В результате по ней проехалось несколько десятков машин – по картине, которая, по мнению критика Джерри Сальца²³, была лучшим из всего, что художница создала.

Небольшие просохшие работы

Эти рекомендации полезны, только если размер работы не превышает 75 × 100 сантиметров. Но если произведение выполнено в технике импасто, имеет матовую или глянцевую поверхность, прочитайте раздел «Небольшие непросохшие работы».

1. Поверхность произведения закройте листом мягкого тайвека или глянцевой бумаги. Прикрепите тайвек к работе с ее обратной стороны или к подрамнику. Использовать полиэтилен на этом этапе не стоит: он может прилипнуть к поверхности произведения и испортить его.

2. Если вы используете тайвек, переходите к третьему пункту. Если же ваш выбор пал на глянцевую бумагу, оберните работу еще и полиэтиленом: бумага не защитит произведение от влаги так хорошо, как это сделает тайвек.

3. Закройте работу с внешней стороны листом картона таких же размеров.

4. Закрепите уголки, оберните воздушно-пузырьковой пленкой и положите в коробку (см. раздел «Двухмерные произведения в рамах»).

²³ Джерри Сальц – крупный американский критик, сотрудничающий с рядом популярных журналов об искусстве; трижды номинировался на Пулитцеровскую премию. – *Прим. пер.*

КОГДА БУДЕТЕ КУДА-НИБУДЬ
ЕГО ПЕРЕВОЗИТЬ, НЕ ЗАБУДЬТЕ
ПРО КОРМ.



«Мы галерея, а не музей, поэтому иногда можем позволить себе только обычные грузовики. Как-то раз нам нужно было перевезти очень тяжелую работу в технике импасто. Разумеется, мне пришлось обратиться к специалистам по транспортировке произведений искусства. Чтобы быть уверенной, что поверхность картины останется неприкосновенной, я заплатила – и немало – за изготовление деревянной транспортировочной рамы. Но когда работу привезли и мы, прямо на глазах у автора, открыли контейнер, оказалось, что ее просто обернули целлофаном. Ощущение было такое, что нас всех – и художницу, и меня, и другого галериста, который в это время присутствовал в мастерской, – просто ограбили среди белого дня, оставив без штанов да еще и вдоволь над нами поглумившись. Разумеется, пришлось звонить управляющему. Тот, само собой, оправдывался, что они просто перепутали в суматохе. Больше всего было жалко художницу – милую девушку, слишком робкую и скромную, чтобы постоять за себя.

Я объяснила ей, что ни в коем случае нельзя позволять никому над собой измываться таким вот образом. Всегда проверяйте, достаточно ли аккуратно обращаются с произведением. Это же ваша работа, правда? А значит, никто не сможет позаботиться о ней лучше вас. Даже если галерист клятвенно уверяет вас, что держит все под контролем, этого все равно недостаточно».

Элинор Уильямс, консультант по вопросам искусства и независимый куратор (Хьюстон)

«Я никогда не страховал перевозимые работы. Просто отдавал транспортной компании, как правило, UPS. Думал: раз уж я сделал одну

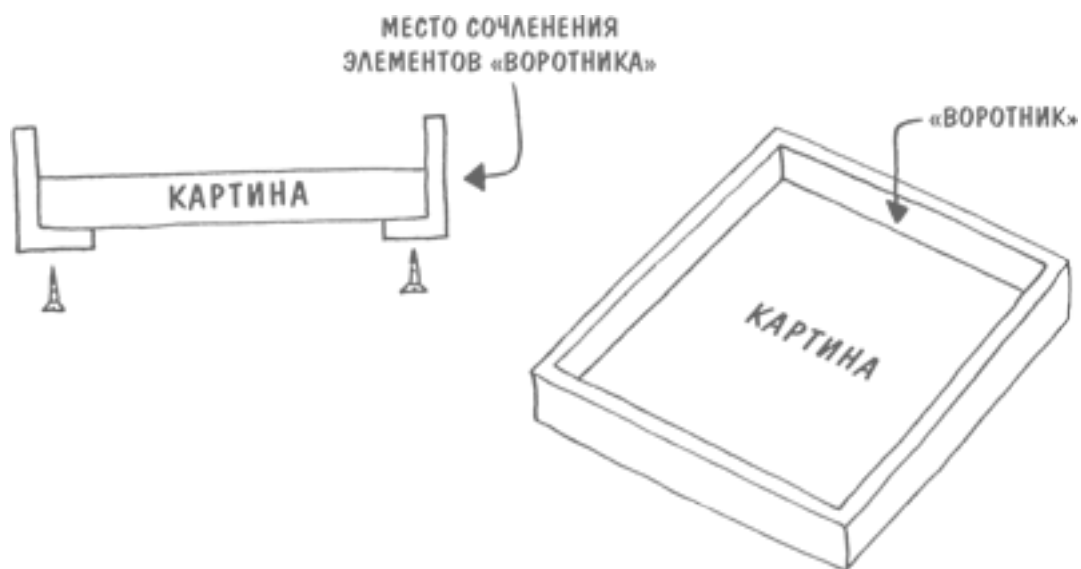
работу, всегда смогу сделать и другую. Печально, конечно, если кто-то теряет или портит твоё произведение, но ведь никакая страховка его не вернет. Лучше попробовать его воссоздать. Я как-то потерял одну свою работу и уже смирился с мыслью, что навсегда, но прошел год, и она вдруг вернулась ко мне, причем в целостности и сохранности».

Билл Дэвенпорт, художник и критик (Хьюстон)

Небольшие непросохшие работы

Из пенокартона или обычного картона сделайте «воротник» – конструкцию, которая будет окружать ваше произведение так же, как эта деталь одежды окружает шею (поэтому она так и называется). Места сочленения элементов «воротника» должны иметь форму буквы «Г»: короткая горизонтальная часть располагается на оборотной стороне произведения, длинная вертикальная – вдоль его краев, выступая на несколько сантиметров относительно плоскости работы.

1. Степлером или винтами прикрепите короткую часть вашей «Г» к подрамнику. Осторожнее: не продырявьте холст. Если на оборотной стороне произведения есть полукольца или другие приспособления для крепления, проденьте их сквозь воротник и закрепите скотчем, чтобы использовать как можно меньше винтов.



2. Оберните воротник тайвеком так, чтобы он не касался поверхности произведения. Впрочем, так как прямого контакта с изображением нет, подойдет и полиэтилен. Приклейте края упаковки скотчем к задней стороне работы.

3. Картины не больше 30 × 35 сантиметров уже можно оборачивать воздушно-пузырьковой пленкой и класть в коробку, как описано в разделе «Двухмерные произведения в рамах». Для тех же картин, которые превышают этот размер и будут доставляться в грузовике, сделайте контейнер (см. раздел «Картины больших размеров»).

Чем раньше вы начнете думать о доставке, тем дешевле она вам обойдется. Непросохшие картины перевозить дороже всего.

«Вариантов, как именно перевозить непросохшие картины, существует множество. “Что нужно сделать?” – спросите вы. Во-первых, оценить глубину полотна относительно рамы – допустим, пять сантиметров. Добавляем два с половиной сантиметра на упаковку. Я сейчас говорю о дальних перевозках, где цена рассчитывается в зависимости от размеров груза, умноженных на количество километров, которые нужно проехать (в противовес перевозкам на ближние расстояния, где действуют почасовые ставки). То есть чем дальше вам нужно отправить произведение и чем оно больше в размерах, тем дороже вам это обойдется. И вдруг внезапно выясняется, что пять сантиметров волшебным образом превращаются в пятнадцать, а то и все двадцать. А если брать трехмерные произведения, то их объемы в упаковке могут вырасти в два, три или даже четыре раза. Это вам информация к размышлению».

Джонатан Шварц, директор транспортной компании Atelier 4 (Нью-Йорк)

Картины больших размеров

Просохшие картины, размер которых превышает 75 × 100 сантиметров, а также непросохшие, размер которых больше 30 × 35 сантиметров, следует доставлять либо самостоятельно, либо с помощью фирм, специализирующихся на перевозке произведений искусства. Если же обстоятельства вынуждают вас везти свою работу на обычном грузовике, стоит сделать деревянный контейнер. Не жадничайте. Либо контейнер, либо специализированная фирма (либо и то и другое, чтобы сэкономить на услугах по упаковке произведения).

Для каждой работы лучше изготовить отдельный контейнер с учетом ее размеров; впрочем, иногда вполне можно и переделать тот, который у вас уже есть (если он достаточно крепкий и надежный, конечно). Контейнер делается так:

1. Если ваша картина еще не просохла или ее поверхность очень рельефна, переходите сразу ко второму пункту. Если же нет, оберните работу тайвеком, глянцевой бумагой или полиэтиленом, как описано в разделе «Небольшие просохшие работы».

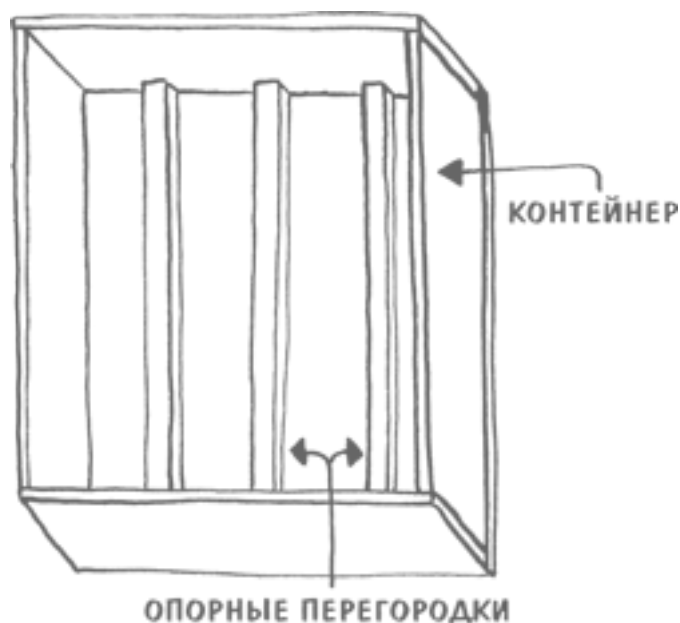
2. Сделайте транспортировочную раму – деревянный «воротник» с деревянными же перекладинами на задней стороне (как сделать «воротник», написано в разделе «Небольшие непросохшие работы»).



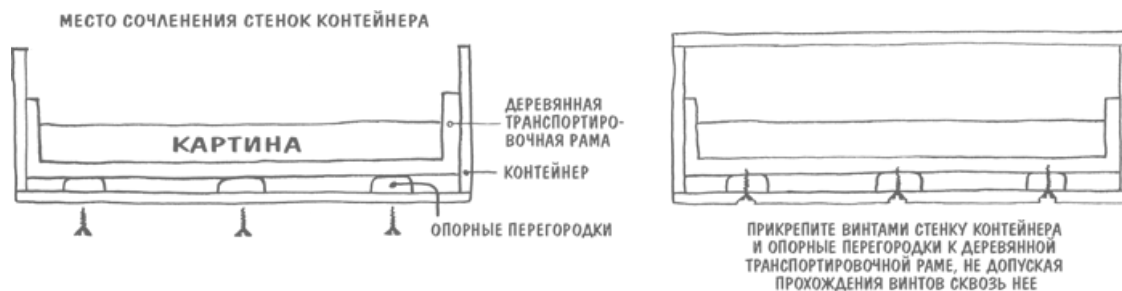
3. Заготовьте несколько листов фанеры (толщиной как минимум 19 миллиметров). С размерами определитесь самостоятельно, исходя из того, что получившийся контейнер должен быть немного больше уже упакованного произведения в «воротнике».

4. Соберите контейнер (все, кроме передней стенки, – подождите восьмого пункта). Если он большой, используйте «полозья» – деревянные доски, которые кладутся под дно, чтобы поднять контейнер.

5. К внутренней стороне задней стенки с помощью дрели прикрепите опорные перегородки.



6. Зафиксируйте на них транспортировочную раму. Отверстия делайте опять же дрелью с внешней стороны контейнера. Подберите винты: они должны быть не слишком короткими (чтобы надежно зафиксировать раму), но и не слишком длинными (чтобы не пробить ее насквозь и не повредить картину).



7. Очертите головки винтов на задней стенке контейнера маркером, чтобы люди, которые будут распаковывать контейнер, знали, *что* именно откручивать, чтобы извлечь картину (а не разбирали контейнер целиком).

8. Пронумеруйте винты в том порядке, в котором их надо откручивать (если это имеет значение).

9. Точно так же сделайте отверстия в передней стенке контейнера. И точно так же обведите маркером головки винтов.

10. Подпишите стороны: ПЕРЕДНЯЯ, ЗАДНЯЯ, ВЕРХНЯЯ. Стрелочками обозначьте, где находится верх. Чем меньше дырок в контейнере, тем дольше он прослужит, поэтому многие художники – те, например, кто использует один и тот же контейнер несколько раз, или те, кто упаковывает в него сразу несколько произведений, – предпочитают винтам другие способы фиксации.

Можно, например, заполнить контейнер толстым пенопластом, оставив ровно столько места, сколько понадобится для картины (обернутой воздушно-пузырьковой пленкой, разумеется). Можно завернуть каждую работу, положить их все в контейнер и заполнить оставшееся пространство так, как если бы вы упаковывали небольшую картину в картонную коробку.

Если вы выберете один из этих способов, следуйте принципам, общим для упаковки всех типов произведений: содержимое не касается стенок контейнера и надежно зафиксировано, чтобы не двигаться при транспортировке.

«Скульптор всегда должен представлять, как именно он будет перевозить свою работу. Конечно, есть риск тем самым разрушить все таинство творческого процесса, но подумайте о том, как вас полюбят галеристы и коллекционеры».

Джонатан Шварц, директор транспортной компании Atelier 4 (Нью-Йорк)

Трехмерные произведения

Способ упаковки трехмерных произведений зависит от материалов, из которых они изготовлены. Исходите из принципа «Семь раз отмерь – один отрежь»: обдумайте все хорошенько перед тем, как делать что бы то ни было. Вполне возможно, что потребуются разобрать произведение и упаковать каждую часть в отдельную коробку. Как и в случае с картинами, для крупных частей понадобятся контейнеры. Имейте в виду, что самые уязвимые элементы – грани и углы. Для их защиты (как и в случае с картинами) используйте пенопласт.

Легкие скульптуры можно повесить внутри коробки (или контейнера) с помощью стальной проволоки, и прикрепить ее следует не только к крышке, но также к стенкам и дну.

Можно использовать те упаковочные материалы, в которых вам в свое время доставляли компоненты для изготовления скульптуры (кстати, стоит иметь это в виду и не выкидывать подобные материалы).

Приложите инструкцию по распаковке и сборке – *равно как и по упаковке и разборке* – произведения. Детально опишите каждый элемент: как он должен выглядеть без упаковки, как и с каких сторон соединяется с другими частями работы, как его отсоединить и упаковать после окончания выставки. Для пушей наглядности (мало ли кому доверят распаковку) приложите к инструкции фотографии и схемы – так вы хотя бы немного будете уверены, что с вашим произведением будут обращаться соответствующим образом.

Сделайте это, даже если собираетесь лично прийти в галерею, на ярмарку или домой к коллекционеру и распаковать и собрать все сами: планы могут резко измениться, рейс – отмениться, машина – сломаться... Случиться может все что угодно, работа будет на месте, а вы – нет, и в конечном итоге ее сборку доверят кому-нибудь другому. Сделайте это, даже если покупатель клянется, что никогда и ни за что не перепродает ваше произведение. Вкусы меняются, а обещания забываются. И если на решение владельца перепродать работу вы повлиять не в силах, так хотя бы позаботьтесь о ее сохранности.

Видео

Доставка DVD-дисков – проще, чем доставка пиццы. Просто положите диск в коробочку. Любое почтовое отделение может похвастаться самым широким ассортиментом разнообразных, надежных и недорогих контейнеров для пересылки дисков.

Ну и всегда прилагайте резервный экземпляр – на тот случай, если с оригиналом все же что-то случится.

«Начинающим художникам я обычно предлагаю разделить расходы на транспортировку: они платят за доставку из мастерской в галерею, я – за обратную доставку. Если художник уже сделал себе имя, я готов оплатить все».

Джеймс Харрис, галерея Джеймса Харриса (Сиэтл)

«Стоит ли об этом просить? Конечно, стоит. Соглашусь ли я? Не обязательно, но вполне вероятно. Когда наша галерея только появилась, мы не могли позволить себе оплачивать транспортировку, поэтому все расходы ложились на плечи художников. Сейчас мы определенно можем себе это позволить».

Моник Мелош, галерея Моник Мелош (Чикаго)

«Есть как минимум две ситуации, в которых лучше доверить дело профессионалам: первая – если вы собираетесь отправлять произведение за рубеж и оно имеет определенную ценность (не важно, выраженную деньгами или силой вашей к нему привязанности), вторая – если коллекционер очень хочет получить работу не по частям, а целиком, сразу в собранном виде. Если же вы все-таки решите упаковывать работу сами, убедитесь, что ваши плотницкие навыки находятся на должном уровне, чтобы смастерить достаточно надежный контейнер. А потом остается обратиться в UPS или FedEx и надеяться на лучшее, ведь именно для таких людей и работают эти компании – для тех, кто знает о транспортировке грузов чуть больше, чем ничего».

Джонатан Шварц, директор транспортной компании Atelier 4 (Нью-Йорк)

Транспортировка

Если вы заключили с галереей соглашение, транспортировку должна оплачивать именно она. Если соглашения нет – придется платить самому (как минимум за доставку обратно в мастерскую).

Если с транспортировкой связываться не хочется, а выставка проходит в вашем городе, привезите свое произведение сами. Контейнер в этом случае можно не делать, но убедиться в том, что работа упакована с должной тщательностью и надежностью, нужно обязательно. И если для хранения картины требуется «воротник» или жесткая рама, сделайте их вне зависимости от того, будете вы ее перевозить или нет.

Если не можете доставить работу самостоятельно, доверьте это дело профессионалам – фирме, специализирующейся на доставке произведений искусства. Так будет надежнее и безопаснее всего: у них есть специальное оборудование, во всех помещениях для хранения работ и транспортных средствах поддерживается необходимый микроклимат, они упакут работу и позаботятся обо всех формальных моментах, вроде страховки и таможенных сборов.

Только обратитесь к ним заранее: расписание у этих ребят очень плотное, и поэтому в вопросах сроков доставки они не могут позволить себе той гибкости, которой отличается обычная транспортная компания. Несмотря на весь их профессионализм, стоит проконтролировать каждый шаг и оповестить их о том, что именно нужно доставить, как упаковать и в каких условиях перевозить. Например, скульптурам из бумаги, восприимчивым к температуре и влажности, требуется тщательный контроль над микроклиматом в фургоне грузовика.

Большинство таких компаний подходит к своим обязанностям со всей серьезностью. Но бывает, что и они дают маху. Так что просто слоняйтесь неподалеку, краем глаза следя за тем, как упаковывают ваше произведение.

«При подготовке работ к выставке мы даем художникам довольно большую свободу действий. Но если говорить об этом процессе в целом, от начала и до конца, то это, безусловно, работа, которая делается исключительно сообща».

Лори Фестенберг, директор и куратор галереи LA><ART (Лос-Анджелес)

«Очень важно, чтобы художник и куратор не прекращали общаться. Бывают авторы, с которыми очень сложно иметь дело (даже когда все уже решено, согласовано и подтверждено). От художников я жду полной открытости, чтобы всегда можно было высказать им свои идеи, задать вопросы или продемонстрировать озабоченность. И, конечно же, они вправе ожидать того же и от меня».

Лора Фрид, куратор Музея современного искусства Сент-Луиса (Сент-Луис)

«Относитесь к процессу подготовки работ к выставке как можно более профессионально. К каждому шагу. Помните, что это не показ дипломных работ в родной альма-матер и не художественная вечеринка в компании друзей. Здесь люди зарабатывают деньги. Какими бы прекрасными ни были ваши отношения с руководством галереи, не на секунду не забывайте, что это прежде всего бизнес».

Мурат Орозобеков, директор галереи Уинклмана (Нью-Йорк)

«Не важно, галерея это или музей, но все, что касается ваших работ, должно происходить при вашем участии. Слава богу, к этому выводу я пришел, основываясь больше на положительном, чем на отрицательном опыте. Ведь организаторы только выиграют, если будут доверять вам. В конце концов, вам лучше знать, что хорошо для ваших работ, а что – не особенно. У них своя область компетенции, у вас – своя. Да, со мной иногда очень непросто иметь дело – я часто бываю слишком эмоционален и нетерпелив, но, если отобрать у меня бразды правления, будет только хуже».

Чарльз Лонг, художник (Маунт-Болди, Калифорния)

Из-за дороговизны их услуг – а цены действительно высоки – многие художники предпочитают махнуть на такой вариант рукой и обратиться к наиболее крупным и именитым, но при этом самым обычным службам экспресс-доставки вроде FedEx или UPS. Если вы из их числа, имейте в виду следующее:

- Для сохранности крупных произведений используйте прочные контейнеры.
- Убедитесь в надежности упаковки: коробка или контейнер могут упасть, порваться или треснуть, но содержимое при этом должно остаться в целости и сохранности.
- Большинство транспортных компаний экономят на страховке (ограничиваясь пятью сотнями долларов) или просто отказываются перевозить произведения искусства, поэтому уточните у своей страховой компании, за что и сколько они смогут заплатить.
- Обычные трейлеры перевозят сразу много грузов, поэтому, вполне возможно, примут у вас далеко не все. И никто обычно не следит за тем, что происходит внутри фургона, поэтому ваша коробка или контейнер может запросто застрять среди других, биться о них или вовсе перевернуться.
- Сделайте наклейку «Осторожно! Хрупкий груз!» – это в любом случае не помешает.
- Разборчиво напишите номер накладной и на всякий случай адреса отправителя и получателя.
- Передавайте свой груз компании в начале или середине недели. Если вы сделаете это в четверг или пятницу, есть шансы, что он пролежит на складе все выходные, а это значит, что мимо него будут сновать туда-сюда, постоянно перекладывать с места на место, закидывать наверх или спускать вниз. Причем делать это будут те, кто вообще не имеет никакого представления о том, как следует обращаться с произведениями искусства. И о микроклимате складского помещения никто не думает. Иными словами, риск нанести работе серьезный вред возрастает в разы.

Международные грузоперевозчики работают медленнее, их услуги обходятся дороже, а иметь с ними дело – куда более рискованно. Наш совет – все же постарайтесь изыскать средства на услуги специализированных компаний. Если этот вариант все-таки не для вас – воспользуйтесь обычным перевозчиком и проследите, чтобы ваши произведения были упакованы очень надежно.

«Каждый раз, когда я показываю видео, больше всего проблем возникает со звуком. Даже использовать банальные наушники сложнее, чем это может показаться на первый взгляд, ведь их надо чем-то усилить. Поэтому если вы планируете использовать звук, обсудите этот вопрос с организаторами как можно раньше. Да и в принципе, если вы задумали что-то экстраординарное, будьте готовы позаботиться об оборудовании сами (разве только галерея пообещала предоставить все необходимое).

Я стараюсь все делать самостоятельно. Зачем лишний раз действовать организаторам на нервы? Но когда я подхожу к своей аппаратуре и вижу,

что громкость выведена на ноль... В этот момент я чувствую себя примерно так же, как фотограф, обнаруживший засвеченные снимки».
Роб Картер, художник (Нью-Йорк)

Размещение произведений

Основные рекомендации приведены в пятой главе в разделе «Открытые мастерские». Вот несколько более конкретных:

- *Узнайте заранее, существуют ли ограничения.* Позволено ли вам писать или рисовать на стенах? Делать отверстия в полу? Допустят ли вас к процессу размещения работ? Каких размеров дверные проемы и лифты (ваше произведение может запросто помешаться в комнате, но какой в этом толк, если вы не сумеете внести его внутрь)? Все эти факторы существенно влияют на то, какие именно работы вы сможете показать.

- *Спросите, из чего сделаны стены.* В большинстве своем ярмарочные стенды собираются из фанеры – винты в них держатся хорошо. Для работы с гипсокартоном или другим более тонким материалом потребуются специальные инструменты. Никаких общих стандартов в этом вопросе у галерей и музеев не существует. Но вы вряд ли захотите в последний момент обнаружить, что под ровным слоем штукатурки кроется кирпичная кладка.

- *Узнайте, можете ли вы рассчитывать на помощь.* Если вы принимаете участие в выставке, организованной группой художников или некоммерческой организацией (или же если ваша работа очень специфична), скорее всего, вам придется делать все самому. А вот галереи и музеи обычно выделяют персонал, чтобы повесить и снять работы.

- *Спросите, сколько времени у вас будет на подготовительную работу.* Не стоит думать, что вы успеете все сделать в последний момент (конечно, если вас не попросили приехать в последний момент).

- *Объективно оцените, сколько времени вам потребуется для размещения работы.* Хотите знать, как хитрят авиакомпании? Время прибытия рейса объявляют одно, а самолет на самом деле приземляется несколько раньше – так можно уложиться в расписание даже в случае непредвиденных задержек. При подготовке произведений следуйте той же схеме – особенно если вам будет кто-то помогать. В конце концов, там, кроме вас, будут и другие художники, которым тоже понадобится помощь (и они тоже будут волноваться). Никто не станет возражать, если работа, на которую отводилось три часа, будет сделана за час. Но если получится наоборот, люди начнут злиться (тем более на ярмарке, где все расписано чуть ли не по минутам и каждый обязан неукоснительно следовать графику).

- *Спросите, какое оборудование и инструменты имеются, а что стоит принести с собой.* Художники часто берут дрель, уровень и рулетку, даже если в галерее все это есть: спокойно ждать своей очереди воспользоваться одним на всех комплектом инструментов под силу не каждому. Узнайте, есть ли стремянка (если, конечно, она вам нужна). Если вы хотите показать видео, вам, скорее всего, придется самому подумать о необходимом оборудовании. Научите персонал с ним обращаться: включать и выключать, устанавливать нужный уровень громкости, содержать в порядке и чистоте. Можно продублировать все инструкции в письменном виде и положить их на видное место. И, конечно же, не забудьте о резервных копиях.

- *Будьте спокойны и сдержанны с персоналом.* Помните, что они здесь для того, чтобы помочь вам. Но это не значит, что нужно воспринимать их помощь как должное: не зазнавайтесь и не привередничайте – не стоит гнать всех к девяти утра, чтобы самому заявиться дай бог к полудню.

- *Попытайтесь понять, насколько сможете (или не сможете) все контролировать.* Некоторые галеристы даже близко не подпускают художников к размещению работ. Нельзя, и точка. Если вам такой подход решительно не нравится, лучше вовсе отказаться от сотрудничества. Что же до остальных мест, то при организации персональной выставки вы имеете куда больше прав вмешиваться в процесс (хорошо если для вас это очевидно и вы не соби-

раетесь с этим спорить – значит с вами легко и приятно работать, и организаторы, скорее всего, захотят продолжить сотрудничество). Еще больший вес имеет мнение художника, создающего инсталляции (и не так уж важно, персональная это выставка или групповая), ведь процесс сборки и установки произведения будет неотъемлемой частью творческого замысла. Впрочем, вне зависимости от формы и жанра вашей работы, если для более цельного и правильного ее восприятия требуется определенным образом разместить ее в пространстве или выставить свет, заранее обговорите это с куратором.

- *Ведите себя профессионально.* Не приводите с собой родню и друзей поглазеть на процесс размещения работ: кураторам и галеристам нужны *только вы*, а не вся ваша честная компания.

- *Уберите за собой.* Если вы что-то изменили в обстановке помещения или, например, покрасили пол, организаторы, скорее всего, ждут, что после окончания мероприятия вы приведете пространство в то состояние, в котором вам его доверили.

Этикет групповых выставок

Тут применимы законы песочницы: думай о других художниках, об их работах и о том, как вам ужиться под одной крышей.

- *Не выходите за границы отведенного вам пространства – ведь тогда вы захватите чужое. Справедлив и обратный принцип: не позволяйте никому захватывать вашу территорию. В спорной ситуации ищите справедливости у галериста или куратора.*

- *Если вы затеяли какое-нибудь чересчур пыльное (просверлить пару дырок) или токсичное (что-нибудь склеить) дело, выясните заранее, когда этим можно заняться, чтобы доставить окружающим минимум неприятных ощущений.*

- *Не забывайте, что на другой стороне стены могут висеть работы других художников.*

- *При работе со звуком либо используйте наушники, либо убавьте громкость до возможного минимума. В конце концов, можно включать запись лишь при необходимости или узнать у других (в том числе и у сотрудников галереи), не будут ли они против звукового сопровождения.*

- *Узнайте у организаторов заранее, куда можно положить элементы упаковки. В большинстве случаев вам предоставят место под их хранение, но имейте в виду, что на крупных групповых выставках это не всегда возможно.*

Глава 10

Комиссионные продажи

Вы, наверное, думали, что мы разобрались со всей бумажной работой в третьей главе? Ничего подобного.

Каждый раз, когда вы доверяете *кому-нибудь другому* продать свое произведение, вам следует заключить договор комиссии на его продажу. И не важно, где именно будет продана работа – на однодневной ярмарке, групповой или персональной выставке. Как и не имеет значения, кто именно проводит это мероприятие – группа художников, некоммерческая организация или уважаемая галерея. Если вам не предлагают для подписи типовой договор, придется позаботиться об этом самим. Не переживайте: это гораздо легче, чем кажется, и в этой главе мы расскажем вам, как именно это сделать.

«Я как-то курировала одну выставку, и все было замечательно. Кроме одного художника, у которого не заладились отношения с директором галереи. Договора комиссии они не подписывали, а меня в тот момент не было в городе, поэтому повлиять на ситуацию я никак не могла. Работу купили, прошло несколько месяцев, а художник так и не получил свои деньги. Я оказалась между двух огней: и художник, и директор галереи обрывали мне телефон, потому что я, по идее, должна была быть посредником между ними. А я ничего не могла. Правда.

Этот опыт ясно показал мне, что художники всегда должны думать о договоре. И не надо бояться настаивать на своем: документ такого рода – отличное средство официального закрепления деловых отношений, и вы только вырастаете в глазах руководства галереи, если предложите его заключить».

Ли Оутс, художница, куратор, писательница (Нью-Йорк)

«Проблема договоров комиссии в том, что от них не так уж много толка. Чуть ли не в каждом, например, утверждается, что галерея не имеет права удерживать произведение в качестве залога. Но в реальности они только этим и занимаются, прекрасно отдавая себе при этом отчет, насколько дорого обойдутся художнику попытки получить свою работу назад: за каждый доллар объявленной стоимости придется заплатить десять».

Донн Зарецки, юрист в области искусства, коллегия Джона Сильбермана; писатель, блог Art Law (Нью-Йорк)

«В отношениях между художником и галереей очень мало бумажной работы. А то и вообще никакой. Каменный век, честное слово. Хотя подвижки есть. Да и подход художников к этому меняется. Если кто-то из тех, с кем мы сотрудничаем, просит нас подписать документы, мы подписываем. Без споров и препирательств. С большой радостью».

Тим Блум, галерея Блума и По (Лос-Анджелес)

«Если галерея отказывается подписывать даже перечень принимаемых работ, стоит задуматься, нужно ли вообще с ней сотрудничать. Или вы считаете, что сколь-нибудь серьезные деловые отношения действительно возможны без документального их оформления? Даже если и так, можно

хотя бы послать в галерею письмо: “Такого-то числа я оставил вам такие-то работы”».

Тед Кроуфорд, юрист, публицист, издатель (Нью-Йорк)

«Невозможно договориться обо всем на свете устно без последующих споров и недопонимания. Поэтому обязательно все записывайте. Люди просто не отдают себе отчета в том, что соглашаются на условия, о которых даже не слышали, а если и слышали, то совсем не то, что собеседник на самом деле имел в виду. Именно в этом кроется источник всех конфликтов. Подписанный же документ вполне может расставить все точки над “i”».

Тед Кроуфорд, юрист, публицист, издатель (Нью-Йорк)

Что значит «отдать работу на комиссию»?

В наши дни большинство галерей принимают произведения искусства на комиссию: вы позволяете им забрать свою работу и продать ее за вас. От суммы сделки галерея получает определенный процент. Но «взять» – не значит «получить в собственность»: галереи не покупают ваши работы, а просто берут их на время. Пока они находятся на выставке или ярмарке, их владельцем будете вы и только вы, но стоит коллекционеру купить какую-то работу, как право собственности тут же переходит к нему. При этом деньги вы не получите до тех пор, пока коллекционер не заплатит галерее.

Такой порядок справедлив по умолчанию для любого мероприятия, где можно купить произведения искусства (и не суть, кто выступает в роли организатора – коммерческая галерея, некоммерческая организация или кафе). Насколько реален при этом шанс продать то или иное произведение, в расчет не берется. Так что это вполне сойдет за правило: если вы выставляете где-нибудь свою работу, вы, по сути, передаете ее на комиссию.

Если вы читали эту книгу с начала и добрались до этих страниц, значит, уже можете предугадать, что именно мы сейчас скажем. Правильно: *иногда что-то идет не так*. Например, галерея не торопится возвращать работу, которую никто не купил, хотя она очень нужна вам для следующей выставки. Или после ярмарки вы получаете свое произведение поцарапанным, помятым или еще как-то испорченным. Или некоммерческая организация вдруг перестает оплачивать аренду, и владелец помещения решает арестовать все, что было внутри, – и вашу работу в том числе.

Все это случается (и чаще, чем хотелось бы, поэтому надеяться на авось ни в коем случае нельзя). Вы же профессионал, в конце концов, а значит, должны позаботиться обо всем сами. Мы не к тому, что все только и думают, как бы нагреть на вас руки, – конечно же, нет. Мы к тому, что своими усилиями вы легко можете свести до минимума последствия различных неприятных инцидентов или простого недопонимания, что, увы, случается в мире искусства с завидной частотой.

Договор комиссии на продажу произведения – один из способов защитить себя от такого рода ситуаций. Спросите как? Если договоренность была устной, отстаивать свои права будет куда сложнее. Договор – это как чек в магазине, который доказывает, что факт передачи работы на самом деле имел место.

Не помешает и своего рода протокол, в котором будет четко написано, кому, когда и что именно вы передали. Подписанный обеими сторонами документ подтолкнет галерею к более серьезному отношению к сотрудничеству с вами. И лучше всего обсуждать все моменты заранее, чтобы потом внезапно не оказалось, что слова (как руководства галереи, так и ваши, между прочим) расходятся с делом.

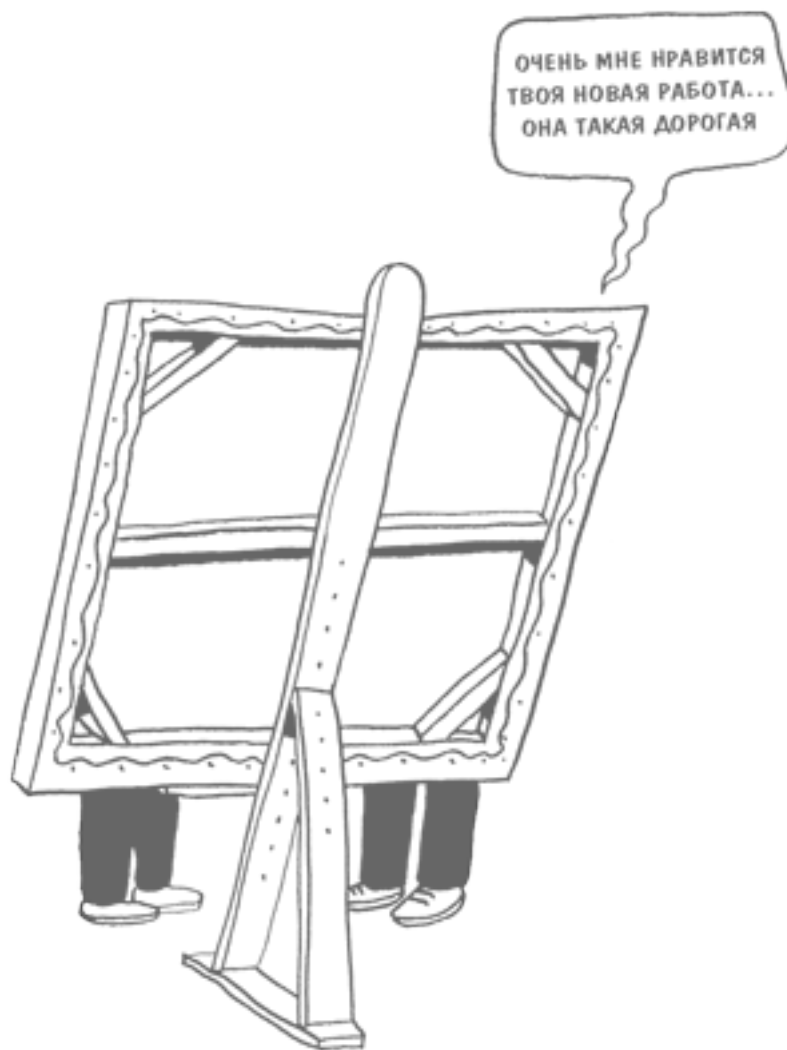
Подготовить договор довольно легко – вам понадобится всего пара чистых листов. Состоит он обычно из двух частей: перечня передаваемых на комиссию работ и условий этой самой комиссии. В описи перечисляются все те произведения, которые вы отдаете (с указанием их стоимости). Раздел с условиями содержит все детали сотрудничества: например, время, которое ваши произведения проведут в стенах галереи, или максимальный размер скидок (мы расскажем об этом чуть позже). Фактически любой перечень передаваемых работ, в котором есть что-то помимо их описания, считается договором комиссии, пусть и не будет содержать «полную» информацию и все детали сотрудничества.

Перед тем как браться составлять свой вариант договора, спросите у галереи, нет ли у них типового документа – в большинстве своем они предпочитают подписывать то, что формулировали сами. Хотя *кто* именно готовит документ – не так важно, важно то, *что* в нем написано. Некоторые укажут только перечень передаваемых работ, без условий

сотрудничества. Другие пропишут только самые основные положения. Третьи вообще обойдутся без договора.

Если типовая форма договора все-таки есть (вне зависимости от того, насколько она подробна), внимательно прочитайте каждую строчку, чтобы удостовериться, что все ваши интересы соблюдены и вопросов не возникает. Возможно, вы захотите добавить отдельные пункты – в таком случае согласуйте их устно, показав тем самым, что относитесь к делу не менее серьезно, чем партнер, а не бросайтесь черкать и переписывать документ. Если вы общаетесь по электронной почте, можете внести исправления, которые считаете существенными, прямо в файле договора, чтобы все было в одном месте, а не разбросано по десяти разным письмам.

Повторим еще раз: составлять шаблон документа самостоятельно нужно только в том случае, если организация не предлагает вам типовой договор. Делайте это поосторожнее, ведь люди могут неверно истолковать ваши намерения и даже слишком буйно отреагировать, когда вы передадите им то, что называете «договором», – особенно те из них, кто не привык к бюрократическому оформлению каждого своего шага (о договорах мы еще поговорим в четырнадцатой главе). Выйти из подобной ситуации можно так: просто попросите составить перечень работ, и никто вам в этом не откажет, даже если в галерее это не практикуется. А если вам все-таки откажут, предложите сделать это сами. Тут-то и можно спросить, не против ли они, если вы добавите в перечень немного информации, проливающей свет на отдельные моменты вашего сотрудничества. Не сделав этого, вы, по сути, пускаете все на самотек.



Зачем нужен договор комиссии. Часть первая

Человеческая память коротка. Даже у тех из нас, кто обычно ничего не забывает. В этом и кроется очарование человеческой сущности. Договор освобождает вас от необходимости хранить в голове каждую деталь взаимодействия и делает невозможными диалоги вроде этого:

«– Вы знаете, эта картина понадобится мне на выходных для другой выставки.

– Но вы же говорили, что отдаете ее на два месяца!

– Что вы, я говорил “на две недели”!

– Как же так? Я же отчетливо помню, что вы говорили!

– Хм... Ну это же я говорил, а не вы. Мне лучше знать».

И так далее в том же духе.

А если бы у этих ребят был подписанный договор, они бы просто достали его каждый из своего кармана и, гневно размахивая им друг перед другом, выяснили бы, кто прав, а кто нет.

Как составить договор

Пора рассказать, как составить самый простой договор. Вы наверняка заметите, что предлагаемые нами образцы написаны довольно простым языком, что для документов такого рода не совсем обычно. Наша цель – показать вам наиболее ясный и понятный вариант договора, не отягощенного канцеляризмами и другими приметами официально-делового стиля (они способны сбить с толку любого, даже самого опытного специалиста). В своих примерах мы будем писать «галерея», подразумевая под этим словом любую организацию, выставляющую ваши работы.

Также имейте в виду, что мы говорим только о тех случаях, когда вы сами передадите свои произведения организаторам. Мы не рассматриваем ситуации, в которых работы отправляются из одной галереи в другую или отдаются во временное пользование музею.

Договор комиссии должен начинаться с самой основной информации:

- ваше имя и адрес мастерской;
- название и адрес принимающей ваши работы галереи;
- перечень передаваемых на комиссию произведений искусства: название и описание каждой работы (год создания, материалы или носители, размеры или длительность, тираж);
- стоимость каждой работы;
- сопутствующие расходы (например, на обрамление) – отдельно от стоимости работы.

Надеемся, вы помните, что «стоимость» – это цена продажи коллекционеру, и сопутствующие расходы на обрамление и прочее в нее включены. Разделить же их следует для того, чтобы возместить сопутствующие расходы (кому – зависит от договоренности) еще до того, как делать скидку или рассчитывать комиссию галереи. От галереи к галерее политика руководства относительно возмещения сопутствующих расходов меняется, поэтому стоит заранее навести об этом справки (о сопутствующих расходах читайте в тринадцатой главе).

Вся остальная информация, содержащаяся в договоре, – это условия вашего сотрудничества. Вот несколько вещей, которые, на наш взгляд, должны быть в каждом таком документе:

1. Предмет договора.
2. Сроки.
3. Размер комиссии, которую получит галерея.
4. Скидки.
5. Порядок выплаты авторских отчислений.
6. Транспортировка.
7. Условия хранения и страховка.

Сначала разберем каждый из этих пунктов подробнее, а потом поговорим о некоторых дополнительных, которые, возможно, вам пригодятся.

Вопрос стиля

При составлении договоров многие галереи используют термины «Автор» и «Галерея»: отсутствие необходимости раз за разом вписывать одни и те же имена экономит немало времени. Вот, например: «Перечисленные выше произведения переданы Автором Галерее для реализации на условиях комиссии». Вместо «Автора» в своих образцах

мы использовали местоимение «я» (во всех его падежных формах), чтобы немного облегчить слог и заставить формулировки звучать более дружелюбно (ведь всем и так понятно, что «Автор» – это вы). «Галерею» же из соображений экономии времени решили оставить – просто поменяйте везде этот термин на тот, что кажется вам более подходящим.

Еще вы заметите, что мы не стали писать эти слова с прописной, несмотря на то, что так делается в подавляющем большинстве договоров. Юристы при этом исходят из простых соображений удобства: так легче определить, означает ли слово в данном контексте конкретную галерею (и тогда она пишется с прописной) или вообще все галереи в мире (со строчной). Но в нашем-то документе мы везде говорим об одной-единственной галерее, поэтому ошибки не возникнет.

Предмет договора

Казалось бы, что тут может быть неясного, если сверху черным по белому написано «Договор комиссии»? Но, поверьте, если вы укажете, что *передаете*, а не продаете свои работы галерее, лишним это не будет – вдруг придется доказывать в суде, что произведения искусства принадлежали именно вам? Вот как это можно сформулировать: *«Перечисленные выше произведения переданы галерее для реализации на условиях комиссии»*.

Если у вас достаточно тесные контакты с галереей и вы планируете и дальше продолжать сотрудничество, составьте один договор, на который можно опираться всякий раз, когда вы передаете свои произведения. В таком случае достаточно будет лишь обновлять перечень работ. Добавьте в конце документа такую фразу: *«Данный договор также имеет силу в отношении всех последующих фактов передачи моих произведений галерее; в случае изменения условий это будет указано в перечне передаваемых произведений либо же будет составлен новый договор»*.

Часть после точки с запятой – на тот случай, если с развитием вашего союза галерея решит предоставить вам больше преференций (а так обычно и бывает). Например, если для первой и второй выставок доставку произведений оплачивали вы, то на третий раз это, возможно, сделает уже сама галерея. Эволюция деловых отношений подразумевает и эволюцию договора – распечатайте новый документ, где вместо «транспортировка произведений оплачивается их владельцем» будет написано «транспортировка произведений оплачивается галереей» (или просто добавьте это условие в новый перечень).

Обратите внимание, что в наших образцах нет формулировок, связанных с последующим сотрудничеством: большинство договоров заключаются только под конкретную ситуацию, да и галерея может счесть вас слишком уж самоуверенным. Но если ваши отношения длятся не первый день, просто укажите это в договоре.

«Как адвокат, представляющий интересы художника, я предпочту подписанный документ устной договоренности, поэтому хотел бы дать совет: приучайте своих партнеров где-нибудь ставить свою подпись каждый раз, когда вы передаете им что-нибудь на комиссию».

Донн Зарецки, юрист в области искусства, коллегия Джона Сильбермана; писатель, блог Art Law (Нью-Йорк)

«В прошлом году один художник передал нам пять работ: три для ярмарки в Майами и две для ярмарки в Лос-Анджелесе. Чтобы разобраться с их названиями, датами создания, размерами, материалами и ценами, нам понадобилось шестнадцать электронных писем и шесть

телефонных звонков. Художник постоянно говорил что-нибудь вроде “Вы не проверите размеры такой-то картины?” или “Вы знаете, я там указал, что написал ее в 2007-м, но на самом деле это было в 2006-м”. Просто потрясающе, насколько запутанно и сложно все бывает! Поэтому мы составили типовую форму перечня, которую посылаем каждому художнику на электронную почту, – с просьбой заполнить ее до отправки своих работ». *Грег Кучера, галерея Грега Кучеры (Сиэтл)*

«Иногда возникают проблемы с возвращением работ автору, когда никто не знает, а где они, собственно говоря, находятся в данный момент. Крайне неловкая ситуация, которая запросто может обернуться выяснением отношений и даже скандалом. Поэтому художнику, особенно если он сотрудничает с галереей впервые или за галереей уже известны подобные грешки, важно настоять на том, чтобы в договоре были указаны вполне конкретные сроки. И не забудьте про скидки: их делают почти всегда, поэтому обговорите все условия заранее, чтобы это не стало для вас неожиданностью».

Чарльз Лонг, художник (Маунт-Болди, Калифорния)

«Я – ярый сторонник договоров хотя бы потому, что они позволяют расставить все по своим местам и этим немало помогают художникам, в первую очередь начинающим. В том числе и разъясняют политику сторон в отношении скидок, благодаря чему мне не приходится звонить автору каждый раз, когда я хочу продать работу подешевле: все уже написано и согласовано».

Элинор Уильямс, консультант по вопросам искусства и независимый куратор (Хьюстон)

Сроки

Укажите, как долго будет действовать договор. Просто добавьте даты, хотите – в то же, первое, предложение, хотите – напишите новое: «*Настоящий договор имеет силу в период с [день начала] по [день окончания]*». Период этот может быть самым разным – от пары дней до нескольких месяцев.

Обычно «день начала» – это за неделю до выставки, «день окончания» – через неделю после. Но бывает и так, что галерея хочет попридержать работу, чтобы попытаться продать ее заинтересовавшимся коллекционерам. Если вы передаете свои произведения галерее, с которой не сотрудничаете постоянно, договоритесь, чтобы срок задержки составлял не больше полугода. С той же галереей, где ваши работы выставляются, можно заключить дополнительное соглашение. Оно, кстати, будет отличным поводом продолжить отношения после текущей выставки (подробнее об этом читайте в тринадцатой главе).

Вот что по этому поводу нужно указать в договоре: «*Галерея обязуется возвратить все непроданные произведения в течение [15] дней после окончания срока действия настоящего договора*».

При необходимости вы всегда можете изменить эти сроки: просто отредактируйте документ или уведомите об этом галерею по электронной почте. Например, таким вот письмом (официально-делового стиля придерживаться не обязательно):

«Здравствуйте, [имя галериста]!

*Я не против, если [название произведения] побудет у вас до [дата].
Если вы захотите вернуть картину раньше этого срока, пожалуйста,
дайте мне знать заранее.*

Надеюсь, все проходит хорошо».

Главное – конкретно обозначить день. Тем самым вы избежите неловкой ситуации, когда не будете знать, уместно ли просить вернуть работу: попросите чересчур рано – галерея может подумать, что вы недовольны сотрудничеством, попросите чересчур поздно – произведение будет пылиться в подсобных помещениях, не видя благодарных зрителей и не работая на ваш успех. Да и планировать следующие выставки становится затруднительно: вы же не знаете, когда сможете предоставить организаторам работы, которых они ждут. Поэтому лучше просчитать все ходы заранее.

В некоторых договорах прописывается, что вне зависимости от установленных им сроков вы или галерея имеете право расторгнуть соглашение. Если вы рассматриваете такую возможность, напишите следующее: *«Если одна из сторон считает для себя более невозможным выполнять условия настоящего договора, он теряет силу в момент получения второй стороной соответствующего уведомления. В этом случае галерея обязуется вернуть мне произведения не позднее чем через [15] дней с момента расторжения настоящего договора».*

Зачем нужен договор комиссии. Часть вторая

Буквально в те самые дни, когда мы писали эту главу, одна из нью-йоркских галерей прекратила свое существование. И не оплатила аренду помещений, где хранились произведения. Не имея документов, подтверждающих факт передачи их на комиссию, авторы просто не могли вернуть свои работы.

Размер комиссии

Обозначьте процент, который получит галерея, если ей удастся что-нибудь продать, а также будут ли компенсированы сопутствующие расходы, и если да, то за чей счет (про последнее читайте в тринадцатой главе).

Сейчас наиболее распространенная ставка, по которой работает большинство галерей, – это 50 %. Если для организации выставки привлекается куратор со стороны, он, скорее всего, тоже будет претендовать на определенный процент (обычно не более 10), но это будет процент из доли галереи, а не из вашей. Поэтому пропишите, какой процент получаете вы вне зависимости от договоренности между галереей и куратором (или консультантом, или кем-то еще).

«Галерея обязуется продавать произведения по ценам, означенным выше. По факту продажи любого произведения я получаю [50 %] от стоимости каждого из них за вычетом сопутствующих расходов. [Я или галерея] полностью компенсирую (-ет) сопутствующие расходы на выставление каждого проданного произведения».

Впрочем, если галерея не хочет связываться с вопросами компенсации сопутствующих расходов, все, что идет в этом предложении после слов «от стоимости каждого из них», можно не писать. Если процент меняется от работы к работе, добавьте: *«По факту продажи любого произведения я получаю [50 %] от стоимости каждого из них, за исключением [название произведения], для которого авторские отчисления составят [__ %] от его стоимости».* Некоммерческие организации обычно берут меньший процент (от 10 до 40).

А могут и не взять вообще – и тогда обязательно укажите в договоре, что получаете все деньги, вырученные от продажи. Впрочем, в этом случае хорошим тоном считается сделать пожертвование, ведь без этой выставки вашу работу не купили бы. 10 % будет вполне достаточно. Или можете заранее запланировать на эти цели определенную сумму. Только не слишком жадничайте: некоммерческие организации тратят на выставки совсем немалые деньги. Налогов с пожертвований платить не нужно, а вам будет плюс к карме. Если организация берет работу не для продажи, а просто для показа, воспользуйтесь договором передачи во временное пользование (см. главу 11).

Кстати, о карме: даже если вы передаете работу на благотворительный аукцион, вам все равно потребуется договор комиссии (потому что она все еще принадлежит вам и будет принадлежать до тех пор, пока ее не купят). Просто укажите в соглашении, что доля организатора составит 100 %.

«Если художнику нужно, я перевожу гонорар сразу же. А если нужно мне, я прошу художника подождать какое-то время. От тридцати до шестидесяти дней, ни в коем случае не дольше. Бывает и так, что, если финансовое положение автора совсем худо, плачу авансом».

Джордж Адамс, галерея Джорджа Адамса (Нью-Йорк)

«Я всегда стараюсь рассчитаться с художником в течение сорока пяти дней. Иногда могу дотянуть и до шестидесяти, потому что сам занимаюсь всей бухгалтерией. Но бывает и так, что успеваю все сделать за полторы недели. А то и вовсе в тот же день, когда деньги от коллекционера поступили на наш счет, если знаю, что автору они действительно очень нужны».

Джеймс Харрис, галерея Джеймса Харриса (Сиэтл)

Скидки

Укажите максимальный размер скидки, на который вы согласны: *«Я подтверждаю собственную готовность предоставить покупателю скидку не более [10 %] и нести соответствующие потери в прибыли в равной доле с галереей. В случае если галерея желает предоставить скидку большего размера, это должно быть оговорено со мной до факта продажи»*. Мы уже писали в пятой главе, что скидки – явление довольно распространенное, а потому многие коллекционеры рассчитывают на них по умолчанию. Обычно это 10 %. Слова «в равной доле» означают, что 5 % недополучите вы и 5 % – галерея (авторская доля составит 45 % от изначальной цены). Если в роли покупателя выступает музей, скидка обычно вырастает до 20 % (а иногда и больше), и галерея наверняка рассчитывает, что вы будете готовы разделить с ней эти потери.

Иногда галерея может попросить вас сделать скидку не 10 % (чем мы настоятельно советуем ограничиться), а 15 % – для особо ценных покупателей. Оставляем это на ваше усмотрение: вдруг вам очень важно произвести на галерею максимально хорошее впечатление, а потому вы готовы смириться с такими потерями. Главное – не забудьте добавить соответствующую фразу в договор во избежание неприятных сюрпризов.

Порядок выплаты авторских отчислений

Укажите, в течение каких сроков вас должны информировать о факте продажи и выплатить причитающиеся деньги: *«Галерея обязуется сообщить мне о факте продажи одного из представленных произведений не позднее чем через [неделю]. Все авторские отчисления должны быть произведены в течение [30] дней после оплаты клиентом покупки»*.

Некоторые галереи спешат сразу обрадовать художника, что его работу кто-то купил, другие почему-то забывают об этом, что, разумеется, не может быть оправдано никакими причинами.

Куда более важно – знать, когда же вы получите гонорар. И опять же: разные галереи работают по-разному. Кто-то перечисляет деньги в конце той же недели, кто-то – в конце календарного месяца, а некоторые (их, слава богу, немного) тянут кота за хвост целый год. Как нам кажется, тридцать дней с момента получения денег от коллекционера – самый разумный для таких дел срок, и в течение этого времени любая галерея просто *обязана* отдать вам то, что уже ваше. Впрочем, вас вполне могут попросить подождать и два, и три месяца – не удивляйтесь. Но на отсрочку бо́льшую, чем девяносто дней, не стоит соглашаться ни в коем случае. Это просто-напросто нечестно, и галереи очень хорошо отдают себе в этом отчет (вне зависимости от того, признаются они вам в этом или нет).

«Некоторые галереи порой “забывают” сообщить художнику, что его произведение продано, и он узнает об этом только благодаря стечению обстоятельств. Я и сам попадал в такую ситуацию и могу припомнить еще двух-трех таких же “счастливчиков”. И происходит это совсем не так уж редко, как хотелось бы: галерист забирает ваше произведение, проходит два года, вы просите наконец его вернуть и слышите в ответ, что все уже давно продано и вы можете (если повезет) получить свой гонорар. Такой вот хитрый способ как можно дольше не расставаться с деньгами».

Билл Дэвенпорт, художник и критик (Хьюстон)

Транспортировка

Напишите, кто будет оплачивать упаковку, транспортировку и страховку. Упакуйте работы у себя в мастерской перед тем, как перевозить их в галерею, – то же самое должна сделать галерея перед тем, как вернуть их вам. Некоторые галереи все же попросят вас самостоятельно все упаковать для транспортировки не только туда, но и обратно: *«[Я или галерея] готов (а) оплатить все расходы, связанные с доставкой произведений в галерею и из галереи, их страхованием на случай потери или порчи в процессе транспортировки. Я обязуюсь упаковать все передаваемые произведения для перевозки их в галерею; галерея обязуется упаковать все произведения для перевозки их в указанное мной (или покупателем – в случае, если они проданы) место».*

Здесь все условия зависят от вашего умения убеждать и от тех отношений, которые связывают вас с галереей (подробнее – в тринадцатой главе). От первой в жизни групповой выставки многого ждать не стоит. Хотя за спрос никто вас бить не станет – напротив, некоторые галереи с легкостью соглашаются покрыть расходы на доставку, но только в том случае, если их об этом просят. Некоммерческая организация может выделить вам небольшую сумму. Маленькие галереи обычно предлагают художникам самостоятельно оплатить доставку работ на выставку, а расходы на обратную дорогу берут на себя. В этом случае напишите в договоре следующее: *«Транспортировка произведений в галерею осуществляется за мой счет; обратная транспортировка произведений в указанное мной место осуществляется за счет галереи, включая страховку (в соответствии с указанной в настоящем документе стоимостью каждого произведения) на случай их потери или порчи».*

«Все индивидуально. Не думаю, что есть какие-то нормы. Но с вашим статусом это связано. Галерея устраивает выставку и ожидает, что вы оплатите доставку работ. В другом случае она этого от вас не ждет. Но если вы чувствуете, что участие в выставке вам важнее, чем организатору,

вы должны оплатить доставку, а иначе не будет вам никакой выставки. Некоторое время я уже не оплачиваю доставку своих работ в галерее. Но поначалу я это делала».

Франческа Фукс, художница (Хьюстон)

«Сотрудничать с галереей, у которой нет страховки, – совершенно безумная идея».

Шеннон Стреттон, художница и директор галереи ThreeWalls (Чикаго)

Условия хранения и страховка

Договор комиссии должен предусматривать некоторые условия хранения ваших произведений: *«Будет считаться, что мои произведения доставлены в галерею в целостности и сохранности, если галерея не уведомит меня в письменной форме о факте их утери или порчи в течение 24 часов после их получения. Галерея несет полную ответственность за сохранность произведений, пока они находятся в ее распоряжении».*

Если галерея оплачивает доставку работ в оба конца, она должна застраховать их, начиная с того момента, когда они покидают вашу мастерскую, и заканчивая тем моментом, когда они возвращаются обратно (иногда такую форму страховки называют «от гвоздя до гвоздя» или «от стены до стены» – с момента снятия работы с одной стены и до ее вывешивания на другой). Если же за доставку платите вы (в один конец или в оба), галерея должна застраховать работы на время, которое они пробудут в ее стенах. Никаких компромиссов в этом вопросе быть не может: галерея (даже небольшая и некоммерческая) *обязана* это сделать, и точка. *«Галерея оплачивает услуги по страхованию произведений (в соответствии с указанной в настоящем документе стоимостью каждого произведения) на случай их утери или порчи на время их нахождения на территории галереи».*

Перелистните несколько страниц и посмотрите, как будет выглядеть договор, если вы решите ограничиться только этими пунктами.

«У нас есть типовый договор, который мы в обязательном порядке подписываем с каждым художником. И любая взаимная договоренность должна быть там отражена. Это же не ярмарка, где сюрпризы случаются. Большинство художников, особенно начинающих, не отдают себе отчета, как устроен рынок произведений искусства. Задача галереи – максимально подробно и доступно объяснить им каждую мелочь. Чем проще и понятнее условия сотрудничества, тем легче и приятнее оно протекает. Малейшая двусмысленность или тень недопонимания – и вот вы уже в паутине конфликта».

Шошана Бланк, галерея Шошаны Уэйн (Санта-Моника, Калифорния)

А вот еще несколько пунктов

Существует несколько дополнительных пунктов, которые вы (или галерея), возможно, захотите добавить в текст соглашения. Мы включили их все в отдельный образец договора, но вы вольны использовать лишь те из них, которые сочтете нужными, и, конечно же, в любом порядке – все зависит от того, насколько подробным должен быть, по мнению обеих сторон, документ.

8. Размещение произведений.
9. Перемещение произведений с выставочных мест.
10. Изображения произведений.
11. Доработка произведений.
12. Информация о покупателях.

Размещение произведений

Возможно, вы или галерея захотите уточнить: *«[Я или галерея] несу (-ет) ответственность за установку [размещение, вывешивание, сборку, установку] и деинсталляцию [снятие, разборку] произведений».*

Перемещение произведений с выставочных мест

Может случиться, что у галериста возникнет желание показать вашу работу на ярмарке, повесить у себя дома и продемонстрировать коллекционерам во время званого ужина или отправить в другую галерею – сделать то, что поможет ее продать. Если для вас это первый опыт передачи произведений на комиссию и вы не хотите, чтобы с ними происходило что бы то ни было без вашего ведома, вам, вероятно, стоит включить в текст соглашения такую формулировку: *«Галерея не имеет права перемещать произведения за пределы своей территории без предварительного согласования со мной».* Если же вы доверяете чутью и профессионализму организаторов или хотите избежать категоричных формулировок, можете просто попросить галерею *поставить вас в известность* о факте перемещения ваших работ: *«В течение всего времени действия настоящего договора галерея обязуется заранее предупредить меня о своих планах в отношении перемещения произведений за пределы своей территории».*

Изображения произведений

С кем бы вы ни сотрудничали, партнеры наверняка захотят использовать изображения ваших произведений для *тех или иных* целей: на сайте, в пресс-релизе или информационном буклете. Лучше всего, если вам при этом будут каждый раз рассказывать, для чего именно собираются использовать такие изображения, и просить вашего на то разрешения: *«Оставляя за собой все права на копирование своих произведений, я тем не менее разрешаю галерее использовать изображения переданных произведений в рекламных или иных, связанных с выставкой целях с обязательным указанием моего имени на каждом экземпляре. Изображения, публикуемые в прессе, должны сопровождаться подписью “С разрешения [мое имя] и [название галереи]”».*

Доработка произведений

Организаторы выставки вряд ли отнесутся с пониманием, если вы вдруг прибежите в галерею в разгар выставочного дня, чтобы «подправить» что-нибудь в своем произведении (конечно, если характер работы этого не подразумевает). У некоторых галерей есть подобный опыт, поэтому они и включают в договор что-нибудь вроде: «Автор не может продолжать работу над произведением в период действия настоящего договора». Мы не включили это предложение в наш шаблон, но вы всегда можете добавить его, если галерея заведет о том речь.



Информация о покупателях

Конечно же, у вас есть право знать, кто именно купил ваше произведение. Но с этой идеей почему-то согласны далеко не все галереи, так что здесь вам стоит действовать как можно более аккуратно (эту мысль мы разъясним более подробно в тринадцатой главе). Если же организаторы не против, можете добавить следующее предложение в условия о сроках авторских отчислений: *«Все авторские отчисления должны быть произведены в течение [30] дней после оплаты клиентом покупки. Помимо этого, галерея предоставляет мне имя и контактные данные покупателя».*

Смешивать эти две вещи, впрочем, не обязательно – галерее может понадобиться два месяца, чтобы рассчитаться с вами, и всего несколько дней, чтобы передать вам контакты коллекционера. Это всего лишь способ сделать документ менее тяжеловесным, но вы можете написать это условие отдельным пунктом.

«Как-то раз мне позвонил один знакомый художник с просьбой вытащить арестованную работу из галереи, проходящей процедуру банкротства. Кредиторы требовали вернуть им деньги и не желали отдавать произведения авторам до тех пор, пока те не предъявят документальные доказательства факта их передачи».

Сара Джо Ромеро, Schroeder Romero Editions (Нью-Йорк)

Юридические условия

Есть несколько деталей, связанных с правом, которые любой юрист будет настоятельно рекомендовать вам включить в договор. В то же время мы отлично понимаем, что вы наверняка захотите сохранить равновесие между двумя необходимостями: защитить свои интересы и показать свои работы. Обилие юридических терминов, ссылки на статьи – все, что так любят юристы, – многих пугает.

Если в месте вашего жительства действуют особые законы, регулирующие комиссионные отношения, не нужно полностью переписывать их в свой договор. Но рассказать о некоторых моментах мы все-таки должны (чтобы вы нас потом не засудили).

13. Посредничество.
14. Гарантии.
15. Права собственности.
16. Платежеспособность.
17. Отказ галереи от гарантий.
18. Автоматическое прекращение действия договора.
19. Исчерпывающий характер договора.
20. Изменение условий.
21. Перераспределение прав и обязанностей.
22. Соответствие нормам права.
23. Отказ от предъявления претензий.
24. Расходы на юридическое сопровождение.

Мы разберем все эти пункты по отдельности, но в договоре вы можете объединить их в одном параграфе, чтобы они не выглядели столь категоричными.

Посредничество

Галерея, которой вы передаете свои работы на комиссию, становится, по сути, посредником. С точки зрения закона это важно: посредник имеет перед нанимателем (то есть вами) ряд обязательств.

Большинство галерей исходят из предположения, что вы передаете им не только произведения, но и исключительные права на их продажу в течение всего времени, что работы у них пробудут. Но права могут быть и неисключительными, а это значит, что теоретически ту же работу может продать и другая галерея (в скобках упомянем, что это очень-очень плохая идея).

«Я предоставляю галерее, выступающей здесь в роли посредника, исключительное право на продажу вышеперечисленных произведений». Обязательно нужно оговориться, что это право распространяется только на те работы, которые передаются галерее: в случае, если постоянного и надежного сотрудничества между вами нет, вы имеете полное моральное право доверить продажу *других* своих работ кому-то еще. Только будьте предельно честны со всеми своими посредниками и не пытайтесь провернуть за их спинами нечто такое, что плохо скажется как на их, так и на вашей репутации. Посмотрите в двенадцатой главе, как расположить к себе галерею.

«Произведения принадлежат не мне, а их авторам. Если работа стоит 20 000 долларов, мне платят 10 000 долларов за то, что я смог ее продать. Оставшиеся 10 000 долларов – не мои, художник просто доверил их мне»

на какое-то время. Большинство галерей об этом даже не задумываются, для меня же это – основа успешных деловых отношений».

Керри Инман, директор галереи Инман (Хьюстон)

Гарантии

Под «гарантиями» буквально понимается обязательство передать именно то, о чем договаривались, и вести себя именно так, как договаривались. Когда вы, например, покупаете новый телевизор, вы хотите быть уверены, что он работает и еще какое-то время проработает. Именно поэтому производитель дает вам гарантию. Точно так же и галерея хочет быть уверена, что работы, которые вы ей передаете, действительно ваши, авторские права принадлежат вам и вы не выдали кому-нибудь лицензию на их использование. «Настоящим я гарантирую, что на момент передачи вышеперечисленных произведений они находятся в моей собственности, все авторские и смежные права на них принадлежат мне. Передача произведений на комиссию тем самым производится на законных основаниях».

Права собственности

Мы уже говорили об этом достаточно подробно во второй главе, когда рассказывали, как составлять инвойсы. Возможно, вы захотите прояснить этот момент и в договоре: «Права собственности на каждое произведение, передаваемое галерее, сохраняются за мной до момента получения мной полной суммы авторских отчислений, после чего переходят покупателю».

Отказ галереи от гарантий

Разумеется, нет никакой гарантии, что галерея продаст ваши работы. Это не значит, что они этого не хотят или не станут делать все возможное, чтобы покупка все же состоялась. Но обещать вам этого никто не будет. В принципе, это подразумевается уже самим принципом комиссии, но некоторые галереи могут попросить вас отразить это условие в договоре: «Я понимаю, что галерея не гарантирует продажу вышеперечисленных произведений».

Автоматическое прекращение действия договора

Это может показаться чересчур, но... Что будет, если вы умрете? Некоторые законы почему-то не считают это достаточно веской причиной для невыполнения условий договора, поэтому лучше всего будет написать: «Договор автоматически прекращает свое действие в случае моей смерти или признания галереи неплатежеспособной».

Исчерпывающий характер договора

В любом договоре, какой бы сферы отношений он ни касался, вы наверняка сможете найти строчку «стороны достигли полного взаимопонимания» или любую другую, в которой утверждается, что люди, подписавшие договор, не будут впоследствии спорить о том, какие из взаимных обещаний (письменных или устных) были выполнены, а какие – нет. «Настоящим стороны подтверждают, что достигли полного взаимопонимания по всем условиям данного договора».

Осторожнее с этим пунктом. Не добавляйте его в договор, если он не соответствует действительности. Если ваш документ освещает только самые основные условия сотрудни-

чества, потому что сотрудники галереи терпеть не могут любую бюрократию и не желают подписывать ничего длиннее одной страницы, говорить о «полном взаимопонимании» вряд ли стоит.

Изменение условий

Большинство договоров обычно предусматривают способы, какими можно при необходимости изменить содержащиеся в них условия. И сторонам опять же не приходится спорить о том, поменялось ли что-нибудь в их отношениях или нет: *«Любые изменения в условия настоящего договора могут быть внесены только с письменного согласия обеих сторон».*

Перераспределение прав и обязанностей

Иногда в договоре может появиться третья сторона. Это называется «распределение прав и обязанностей по договору» и означает, как очевидно из формулировки, что новый участник принимает на себя все упомянутые в документе обязательства, равно как и получает некоторые выгоды. В некоторых сферах деловых отношений это, пожалуй, имеет смысл. Но в нашем случае польза этого пункта весьма и весьма сомнительна и зависит от каждой конкретной ситуации. Вам может от всей души нравиться сын владельца галереи, но это еще не значит, что вы готовы доверить ему продажу своих произведений, если отец решит все бросить и переписать договор на него.

Чтобы избежать неприятных сюрпризов, напишите: *«Галерея не может передавать свои права и обязанности, предусмотренные условиями настоящего договора, третьему лицу без моего письменного на то согласия».*

Соответствие нормам права

Забавно, правда? Иногда суд может решить, что то или иное положение договора не соответствует нормам права. Причины могут быть самыми разными: нечеткость или двусмысленность формулировки, противозаконные действия, лежащие в основе положения (то есть сдать на комиссию кокаин не получится до тех пор, пока он вне закона), и многое другое. В этом случае судья имеет полномочия признать незаконным весь документ целиком и сделает это, если в нем не будет написано следующее: *«В случае признания судом любого положения настоящего договора не соответствующим нормам права, остальные его положения считаются соответствующими этим нормам до тех пор, пока не будет доказано обратное».*

Нужно ли вам это, когда вы передаете на комиссию рисунок стоимостью 600 долларов? Невелика потеря. Будете ли вы после этого выглядеть как человек, который при малейшем несогласии с его мнением бежит в суд? Пожалуй. Поэтому это условие должно появиться в договоре, только если вы решитесь добавить в него все остальные юридические пункты.

Отказ от предъявления претензий

Еще одно условие, демонстрирующее галерее, что вы, в случае чего, и в суд не прочь сходить. Допустим, галерея не выполнила одно из своих обязательств («нарушает условия договора», говоря юридическим языком) – например, в случайном разговоре со знакомым знакомого вы вдруг узнаете, что одна из ваших работ уже два месяца как продана. А вы вообще не в курсе этого, что уж там говорить о «сообщении о факте продажи не позднее чем через неделю». Если вы не хотите обращаться из-за этого в суд (а вы ведь не хотите, правда?),

вы можете отказаться от своего права предъявить галерее соответствующую претензию. А теперь предположим, что галерея не только продала работу тишком, но и не заплатила вам. Тут, разумеется, вариантов нет: надо идти в суд. Подвох здесь заключается в том, что судья может отказать вам в удовлетворении иска лишь на том основании, что вы не предъявили претензию по первому случаю нарушения условий договора. Избежать подобной ситуации поможет следующее предложение: *«Отказ от предъявления претензии о неисполнении одного из условий настоящего договора не означает отказа от предъявления претензий о неисполнении остальных его условий».*

Расходы на юридическое сопровождение

Большинство художников не могут позволить себе услуги юриста. Но даже если вы принадлежите к более обеспеченному меньшинству, расходы могут значительно превысить ту сумму, которую вам не выплатила галерея. Поэтому профессиональная помощь в привлечении нечестного организатора к ответу бывает зачастую не оправдана именно с экономической точки зрения (как и с многих других, но об этом мы поговорим в четырнадцатой главе). Вот один из способов оставить-таки себе пространство для маневра, которое не будет зависеть от толщины вашего кошелька: *«При возникновении любого спора, предметом которого будет являться ненадлежащее исполнение или неисполнение сторонами условий настоящего договора, сторона, признанная проигравшей, обязана возместить все сопутствующие юридические расходы».*

Другими словами, не важно, можете ли вы позволить себе адвоката или нет, – в случае, если галерея действительно должна вам деньги и вы выиграете суд, вам не только обязаны будут отдать гонорар, но и оплатить юридические услуги, которыми вам пришлось воспользоваться. Вероятность этого может подстегнуть галерею решать все вопросы как можно быстрее, потому что чем дольше длится процесс, тем больше будут ваши расходы и тем значительнее окажется сумма, на которую им придется в конце концов раскошелиться (главное, не переусердствуйте: случись так, что вы проиграете, вам придется платить по счетам галереи).

А сейчас – самое важное

Не забудьте поставить дату и подписать договор. Сотрудник галереи должен сделать то же самое.

Образцы договоров

Посмотрите на несколько разных образцов. Первым идет обычный перечень передаваемых на комиссию произведений (в нем нет никаких дополнительных условий). Следующие три расположены в соответствии с тремя разделами этой главы: самый простой, содержащий только основные положения, затем – посложнее, в который включено несколько дополнительных, и самый развернутый – со всеми юридическими условиями. Лично мы порекомендовали бы вам воспользоваться последним, но если вас он почему-то не устраивает, возьмите любой другой – это все же лучше, чем ничего. А голый перечень – для тех, кому наши советы в этой главе пришлись не по нраву.

Не забудьте, что вы можете (и даже должны) внести в образцы изменения, которые отразят именно вашу ситуацию: мы приводим образцы договора как возможные варианты, а не как готовые к печати документы. Поэтому смело добавляйте, удаляйте и редактируйте любые предложения. То же может сделать и галерея или юрист, которому вы покажете черновик.

Перечень произведений

Автор _____
(имя и адрес автора)

НАЗВАНИЕ, ГОД МАТЕРИАЛЫ ИЛИ НОСИТЕЛИ, ТИРАЖ РАЗМЕРЫ ИЛИ ДЛИТЕЛЬНОСТЬ	СТОИМОСТЬ
	СОПУТСТВУЮЩИЕ РАСХОДЫ (ОБРАМЛЕНИЕ И ПРОЧ.)
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	
6.	
7.	
8.	

_____ получил на комиссию все вышеперечисленные работы.
(Наименование и адрес галереи)

Настоящий договор имеет силу в период со дня подписания до _____.

Подпись представителя галереи

Дата

Имя прописью

Договор комиссии

От кого:

Кому:

_____ (Имя художника) (Имя)

_____ (Название галереи) (Галерея)

_____ (Адрес)

_____ (Адрес)

Перечень произведений

НАЗВАНИЕ, ГОД МАТЕРИАЛЫ ИЛИ НОСИТЕЛИ, ТИРАЖ РАЗМЕРЫ ИЛИ ДЛИТЕЛЬНОСТЬ	СТОИМОСТЬ
	СОПУТСТВУЮЩИЕ РАСХОДЫ (ОБРАМЛЕНИЕ И ПРОЧ.)
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	
6.	
7.	
8.	

1. Перечисленные выше произведения от пункта _____ до пункта _____ включительно переданы Галерее для реализации на условиях комиссии.
2. Галерея обязуется продавать произведения по ценам, означенным выше. По факту продажи любого произведения:
 - А. Я получаю _____% от стоимости каждого из них за вычетом сопутствующих расходов.
 - Б. Я подтверждаю собственную готовность предоставить покупателю скидку не более _____% и нести соответствующие потери в прибыли в равной доле с Галереей. В случае если Галерея желает предоставить скидку большего размера, это должно быть оговорено со мной до факта продажи.
 - В. _____ [Я или Галерея] полностью компенсирую (-ет) сопутствующие расходы на выставление каждого проданного произведения.
3. Галерея обязуется сообщить мне о факте продажи одного из представленных произведений не позднее чем через неделю. Все авторские отчисления должны быть произведены в течение _____ дней после оплаты клиентом покупки.
4. _____ [Я или Галерея] готов (а) оплатить все расходы, связанные с доставкой произведений в галерею и из галереи, их страхованием на случай потери или порчи в процессе транспортировки. Я обязуюсь упаковать все передаваемые произведения для перевозки их в Галерею; Галерея обязуется упаковать все произведения для перевозки их в указанное мной (или покупателем — в случае, если они проданы) место.
5. Будет считаться, что мои произведения доставлены в Галерею в целостности и сохранности, если Галерея не уведомит меня в письменной форме о факте их утери или порчи в течение 24 часов после их получения. Галерея несет полную ответственность за сохранность произведений, пока они находятся в ее распоряжении. Галерея оплачивает услуги по страхованию произведений (в соответствии с указанной в настоящем документе стоимостью каждого произведения) на случай их потери или порчи на время их нахождения в распоряжении Галереи.
6. Галерея обязуется вернуть все непроданные произведения в течение _____ дней после окончания срока действия настоящего договора.
7. Если одна из сторон считает для себя более невозможным выполнять условия настоящего договора, он теряет силу в момент получения второй стороной соответствующего уведомления. В этом случае Галерея обязуется вернуть мне произведения не позднее чем через _____ дней с момента расторжения настоящего договора.

Дата _____

Подпись автора

Подпись представителя галереи

Имя прописью

Договор комиссии

От кого:

Кому:

_____ (Имя художника) («Я») _____ (Галерея) (Галерея)

_____ Адрес _____ Адрес

Перечень произведений

НАЗВАНИЕ, ГОД МАТЕРИАЛЫ ИЛИ НОСИТЕЛИ, ТИРАЖ РАЗМЕРЫ ИЛИ ДЛИТЕЛЬНОСТЬ	СТОИМОСТЬ
	СОПУТСТВУЮЩИЕ РАСХОДЫ (ОБРАМЛЕНИЕ И ПРОЧ.)
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	
6.	
7.	
8.	

1. Перечисленные выше произведения от пункта _____ до пункта _____ включительно переданы Галерее для реализации на условиях комиссии.
2. Галерея обязуется продавать произведения по ценам, означенным выше. По факту продажи любого произведения:
 - А. Я получаю _____% от стоимости каждого из них за вычетом сопутствующих расходов.
 - Б. Я подтверждаю собственную готовность предоставить покупателю скидку не более _____% и нести соответствующие потери в прибыли в равной доле с Галереей. В случае если Галерея желает предоставить скидку большего размера, это должно быть оговорено со мной до факта продажи.
 - В. _____ [Я или Галерея] полностью компенсирую (-ет) сопутствующие расходы на выставление каждого проданного произведения.
3. Галерея обязуется сообщить мне о факте продажи одного из представленных произведений не позднее чем через неделю. Все авторские отчисления должны быть произведены в течение _____ дней после оплаты клиентом покупки.
4. _____ [Я или Галерея] готов (а) оплатить все расходы, связанные с доставкой произведений в Галерею и из Галереи, их страхованием на случай потери или порчи в процессе транспортировки. Я обязуюсь упаковать все передаваемые произведения для перевозки их в Галерею; Галерея обязуется упаковать все произведения для перевозки их в указанное мной (или покупателем — в случае, если они проданы) место.
5. Будет считаться, что мои произведения доставлены в Галерею в целостности и сохранности, если Галерея не уведомит меня в письменной форме о факте их утери или порчи в течение 24 часов после их получения. Галерея несет полную ответственность за сохранность произведений, пока они находятся в ее распоряжении. Галерея оплачивает услуги по страхованию произведений (в соответствии с указанной в настоящем документе стоимостью каждого произведения) на случай их потери или порчи на время их нахождения в распоряжении Галереи.
6. Галерея обязуется вернуть все непроданные произведения в течение _____ дней после окончания срока действия настоящего договора.
7. _____ [Я или Галерея] несу (-ет) ответственность за инсталляцию [размещение, вывешивание, сборку, установку] и деинсталляцию [снятие, разборку] произведений. Галерея не имеет права перемещать произведения за пределы своей территории без предварительного согласования со мной.
8. Оставляя за собой все права на копирование своих произведений, я тем не менее разрешаю Галерее использовать изображения переданных произведений в рекламных или иных, связанных с выставкой целях с обязательным указанием моего имени на каждом экземпляре. Изображения, публикуемые в прессе, должны сопровождаться подписью «С разрешения [мое имя] и [название галереи]».
9. Если одна из сторон считает для себя более невозможным выполнять условия настоящего договора, он теряет силу в момент получения второй стороной соответствующего уведомления. В этом случае Галерея обязуется вернуть мне произведения не позднее чем через _____ дней с момента расторжения настоящего договора.

Дата _____

Подпись автора

Подпись представителя галереи

Имя прописью

Договор комиссии

От кого:

Кому:

_____ (Имя художника) _____ («Я»)

_____ (Название галереи) _____ («Галерея»)

_____ (Адрес)

_____ (Адрес)

Перечень произведений

НАЗВАНИЕ, ГОД МАТЕРИАЛЫ ИЛИ НОСИТЕЛИ, ТИРАЖ РАЗМЕРЫ ИЛИ ДЛИТЕЛЬНОСТЬ	СТОИМОСТЬ
	СОПУТСТВУЮЩИЕ РАСХОДЫ (ОБРАМЛЕНИЕ И ПРОЧ.)
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	
6.	
7.	
8.	

1. Перечисленные выше произведения от пункта _____ до пункта _____ включительно переданы Галерее для реализации на условиях комиссии.
2. Галерея обязуется продавать произведения по ценам, означенным выше. По факту продажи любого произведения:
 - А. Я получаю _____% от стоимости каждого из них за вычетом сопутствующих расходов.
 - Б. Я подтверждаю собственную готовность предоставить покупателю скидку не более _____% и нести соответствующие потери в прибыли в равной доле с Галереей. В случае если Галерея желает предоставить скидку большего размера, это должно быть оговорено со мной до факта продажи.
 - В. _____ [Я или Галерея] полностью компенсирую (-ет) сопутствующие расходы на выставление каждого проданного произведения.
3. Галерея обязуется сообщить мне о факте продажи одного из представленных произведений не позднее чем через неделю. Все авторские отчисления должны быть произведены в течение _____ дней после оплаты клиентом покупки.
4. _____ [Я или Галерея] готов (а) оплатить все расходы, связанные с доставкой произведений в Галерею и из Галереи, их страхованием на случай потери или порчи в процессе транспортировки. Я обязуюсь упаковать все передаваемые произведения для перевозки их в Галерею; Галерея обязуется упаковать все произведения для перевозки их в указанное мной (или покупателем — в случае, если они проданы) место.
5. Будет считаться, что мои произведения доставлены в Галерею в целостности и сохранности, если Галерея не уведомит меня в письменной форме о факте их утери или порчи в течение 24 часов после их получения. Галерея несет полную ответственность за сохранность произведений, пока они находятся в ее распоряжении. Галерея оплачивает услуги по страхованию произведений (в соответствии с указанной в настоящем документе стоимостью каждого произведения) на случай их потери или порчи на время их нахождения в распоряжении Галереи.
6. Галерея обязуется вернуть все непроданные произведения в течение _____ дней после окончания срока действия настоящего договора.
7. _____ [Я или Галерея] несу (-ет) ответственность за установку [размещение, вывешивание, сборку, установку] и деинсталляцию [снятие, разборку] произведений. Галерея не имеет права перемещать произведения за пределы своей территории без предварительного согласования со мной.
8. Оставляя за собой все права на копирование своих произведений, я тем не менее разрешаю Галерее использовать изображения переданных произведений в рекламных или иных, связанных с выставкой целях с обязательным указанием моего имени на каждом экземпляре. Изображения, публикуемые в прессе, должны сопровождаться подписью «С разрешения [мое имя] и [название Галереи]».
9. В случае если одна из сторон считает для себя более невозможным выполнять условия настоящего договора, он теряет силу в момент получения второй стороной соответствующего уведомления. В этом случае Галерея обязуется вернуть мне произведения не позднее чем через _____ дней с момента расторжения настоящего договора.
10. Я предоставляю Галерее, выступающей здесь в роли посредника, исключительное право на продажу вышеперечисленных произведений. Настоящим Я гарантирую, что на момент передачи вышеперечисленных произведений они находятся в моей собственности, все авторские и смежные права на них принадлежат мне. Передача произведений на комиссию тем самым производится на законных основаниях. Право собственности на каждое произведение, передаваемое Галерее, сохраняется за мной до момента получения мной полной суммы авторских отчислений, после чего переходят покупателю. Я не связан ни напрямую, ни опосредованно с любыми фактами займа Галереей денежных средств и не несу ответственности перед ее кредиторами. Я понимаю, что Галерея не гарантирует продажу вышеперечисленных произведений. Договор автоматически прекращает свое действие в случае моей смерти или признания Галереей неплатежеспособной. Настоящим стороны подтверждают, что достигли полного взаимопонимания по всем условиям данного договора. Любые изменения в условия настоящего договора могут быть внесены только с письменного согласия обеих сторон. Галерея не может передавать свои права и обязанности, предусмотренные условиями настоящего договора, третьему лицу без моего письменного на то согласия. В случае признания судом любого положения настоящего договора не соответствующим нормам права, остальные его положения считаются соответствующими этим нормам до тех пор, пока не будет доказано обратное. Отказ от предъявления претензии

о неисполнении одного из условий настоящего договора не означает отказа от предъявления претензий о неисполнении остальных его условий. Условия настоящего договора не могут быть истолкованы в мою пользу или, наоборот, в ущерб моим интересам (или в пользу Галереи или, наоборот, в ущерб ее интересам) лишь потому, что я или Галерея (или законный представитель одной из сторон) готовили его черновую версию. При возникновении любого спора, предметом которого будет являться ненадлежащее исполнение или неисполнение сторонами условий настоящего договора, сторона, признанная проигравшей, обязана возместить все сопутствующие юридические расходы.

Дата _____

Подпись автора

Подпись представителя Галереи

Имя прописью

Глава 11

Передача во временное пользование и заказы

Существует еще два вида правовых отношений, с которыми вы можете столкнуться в своей творческой карьере – передача во временное пользование (по сути та же комиссия, только без условия продажи) и заказ (когда кто-нибудь – частное лицо или организация – заявляет о своей готовности купить у вас работу до ее создания).

«Здорово, когда есть договор, в котором прописано всё. Идея проста – система слежения за всеми процессами, система двойного контроля. Нет ни единой причины, по которой не стоило бы подписывать такого рода документ. Чего только не происходит с людьми, которые вдруг осознают, что их ожидания расходятся с реальностью. В случае отсутствия письменного соглашения вам приходится полагаться на удачу».

Дэвид Салмела, художник и сооснователь Creative Electric Studios (Миннеаполис)

«В большинстве случаев договор – лучший способ защитить интересы художника. Мы всегда составляем черновой вариант и посылаем его автору для ознакомления. Если ему вдруг что-то не понравится, мы с радостью готовы это обсудить и внести соответствующие изменения. От окончательного варианта нас всегда отделяют несколько черновых. Это называется “переговоры”. Рано или поздно речь заходит об авторских правах и прочих подобных вещах, и я всегда советую художникам подходить к этим вопросам со всей серьезностью и внимательностью.

В договоре могут быть прописаны все сроки: к какому числу, в каком виде, что должно быть сделано. И это очень удобно. Конечно, что-то можно изменить, если понадобится, но когда все делается вовремя и все ожидания оправдываются, это просто замечательно. Но все же, если художнику нужно больше времени и на то есть веская причина, куратор может выступить посредником между ним и руководством галереи, чтобы достичь компромисса. Договор не есть нечто незыблемое, но стремиться к этому, разумеется, надо».

Энн Илгуд, куратор Музея Хаммера (Лос-Анджелес) и бывший куратор Музея и сада скульптур Хирихорна (Вашингтон)

Передача во временное пользование

Музеи и некоммерческие организации в большинстве своем имеют типовые формы договора (или соглашения) о передаче художественных произведений во временное пользование, поэтому здесь вам самостоятельно ничего составлять не придется. Просто очень внимательно прочитайте документ, который вам предложат, а в случае, если чего-то не поймете, обратитесь к юристу. И не стесняйтесь вносить изменения в те пункты, с которыми не согласны, и добавлять те условия, которые кажутся вам важными и существенными, но в договоре почему-то своего отражения не нашли.

Единого стандарта не существует. Можно составить длиннющий и скучнейший документ, наполненный до отказа юридическими терминами, а можно – короткий список основных положений в свободном стиле (не будьте так строги к новичкам).

Как мы уже писали, передача во временное пользование близка по своей сути к передаче на комиссию, а значит, здесь работают те же принципы, о которых мы рассказывали в прошлой главе (кроме тех, что связаны с продажей и выплатами). А так как вы все равно отправитесь к юристу за консультацией, обратите его (и свое) внимание на три важные вещи.

Во-первых, не потеряйте собственные авторские права, когда предоставляете организации «неотзываемое бессрочное исключительное право на воспроизведение изображений ваших произведений для использования в любых целях». Если вы это подпишите, галерея сможет делать с изображениями ваших работ все, что пожелает, поэтому стоит либо вовсе убрать эту формулировку из договора, либо добавить «в любых *некоммерческих* целях». И если галерея решит заработать на вашем произведении (например, продавать футболки с его изображением в сувенирной лавке), ей сначала придется получить на то ваше письменное разрешение. И так каждый раз.

Во-вторых, попробуйте выторговать себе «гарантию возмещения ущерба и ограждения от ответственности». Это значит, что в случае, если за то время, пока произведение будет находиться в распоряжении галереи, случится что-нибудь непредвиденное, платить за это будет именно она, а не вы. Если кто-нибудь споткнется об произведение искусства и сломает ногу, а потом подаст на вас в суд за «нанесение увечий», галерея будет вынуждена покрыть все связанные с процессом расходы, выплатить установленную компенсацию и т. д. Прочитайте одиннадцатый пункт во втором образце договора в конце главы (он более адаптирован под конкретную ситуацию), чтобы понять, как должно выглядеть условие о гарантии возмещения ущерба и ограждения от ответственности.

В-третьих, посмотрите на размер страховки. Даже несмотря на то, что ваше произведение не будут продавать, галерея обязана его застраховать, а значит, и оценить. Некоторые пытаются схитрить, оценивая работу в половину ее стоимости, объясняя это тем, что, продав эту работу через галерею, вы бы все равно получили только 50%. Сами понимаете, насколько это для вас невыгодно. Пишите только полную стоимость произведения – она показывает, сколько оно стоит на рынке, и влияет на цены остальных ваших работ. Именно эту сумму вы получите в качестве возмещения по страховке, если что-то случится.

«Любую передачу произведений во временное пользование мы обязательно оформляем договором. За годы работы мы наделали немало ошибок, пока в конце концов не поняли, что нам нужна конкретная типовая форма. В случае с некоммерческой организацией это не так-то просто: у нас большая текучка, и не всегда удается отследить, что произошло, и предвидеть, что будет дальше. Вот уже тридцать пять лет методом проб и ошибок мы продолжаем учиться. С одной стороны, определенная свобода действий все же нужна, с другой – важно сформулировать общие

обязательные условия, ведь главная цель договора – защитить права обеих сторон.

Художники приходят к нам, не понимая, как все это работает, да и политика финансирования у нас постоянно меняется. Иногда мы можем позволить себе оплатить доставку произведений, иногда – нет. Иногда мы сами готовим работы к выставке, а иногда вынуждены просить об этом авторов. Это зависит от множества факторов, поэтому лучше всего прояснить все моменты заранее».

Хиллари Видеман, художница и бывший менеджер галереи Artists Space (Нью-Йорк)

«Договор мне кажется очень полезной штукой, особенно когда приходится быстро работать и еще быстрее – принимать совместные решения. Все условия обговорены и зафиксированы документально. Шанс на то, что одна из сторон решит пойти в суд, невелики, ведь в процессе переговоров все соглашения уже достигнуты, на все вопросы даны ответы (если, конечно, к этому отнеслись с должной серьезностью и чуткостью). Именно на подготовительном этапе зарождается доверие: у художника крепнет уверенность, что к его произведениям отнесутся со всем уважением и аккуратностью, а у куратора – что они придут в срок и что автор останется доволен тем, как их расположат в пространстве и покажут публике».

Питер Эли, куратор центра современного искусства PS1 (Нью-Йорк) и бывший куратор центра Walker Art (Миннеаполис)

«Когда я получаю заказ, лучшие документы для меня – это инвойсы. Я всегда стараюсь сделать их понятными и исчерпывающими. Я расписываю все аспекты: описание услуг, возможные препятствия для их осуществления, бюджет, способ и порядок оплаты и, конечно же, ожидаемый результат.

Всегда подхожу к этому с максимальной тщательностью, ведь что написано пером... Деньги приходят и уходят, а вот лист бумаги с подписями, подтверждающий, что взаимопонимание достигнуто, остается».

Майкл Джун, художник (Нью-Йорк)

«Проблем с заказами всегда хватает. И порой это не оправдывается результатом. Художники всегда делают больше, чем от них ожидают, но зачастую их усердие ни к чему не ведет. Поэтому не стоит скромничать – назначайте ту цену, которую считаете справедливой».

Стив Генри, директор галереи Полы Купер (Нью-Йорк)

«Случалось, что на заказ я делал не совсем то, что планировал, но это расширяло видение работы. И тогда я отдавал заказанные работы за меньшие суммы – лишь потому, что уже взял от них что-то. Такая вот интеллектуальная валюта».

Джозеф Хейвел, художник и руководитель программы Core (Хьюстон)

«Приходится думать не только о творческом процессе и замысле произведения, над которым ты работаешь, но и о той обстановке, в которой это произведение окажется. Это не имеет ни малейшего отношения

к искусству. Поместится ли твоя картина в пустой кусок стены над диваном?
Будет ли она гармонировать с цветом штор?»

Элино́р Уильямс, консультант по вопросам искусства и независимый куратор (Хьюстон)

Заказы от частных лиц

Любому художнику бывает чрезвычайно лестно получить заказ. Ведь это значит, что ваше творчество нравится кому-то настолько, что он готов выложить приличную сумму денег за работу, которую даже не видел. Тут, однако, надо помнить, что у коллекционеров есть определенные представления о том, что они хотят получить в результате, и это несколько ограничивает творческую свободу. Подумайте: если бы им было все равно, что вы хотите сделать, разве стали бы они платить вам заранее? Можно было бы просто подождать и уже потом решить, стоит ли покупать работу.

С одной стороны, коллекционеры порой поощряют эксперименты (в определенной степени, конечно же, и тогда заказ выполнить не слишком сложно. С другой же стороны, вам запросто могут начать диктовать, что «здесь стоит добавить синего» или «как-то я старовата тут, сделайте помоложе да постройнее».

Именно поэтому следует сразу же установить правила. Договоритесь с покупателем, насколько ему позволено вмешиваться в творческий процесс и в *какие* именно его аспекты. Придется ли вам согласовывать любые изменения в первоначальном замысле? Какие будут использоваться материалы? За кем из вас будет последнее слово? Какой у проекта бюджет? Какие именно расходы покрывает коллекционер? Когда вы получите свои деньги?

Еще раз: вы *обязаны* обсудить все эти вопросы заранее. Оставив их на потом, вы только все усложните. Мы знаем немало случаев, когда художники не получили за свою работу ни гроша или вовсе разорвали договоренность с коллекционером из-за того, что сразу не прояснили все условия.

Поэтому мы подготовили для вас в качестве образца два договора заказа: один – общий, когда работу можно повесить или установить где угодно, и второй – более конкретный, для определенного места. Вы можете использовать их, когда договариваетесь с коллекционером лично. Если же ваши интересы представляет галерея, она, скорее всего, предложит собственную форму (которую, впрочем, все равно нужно внимательно – по понятным причинам – изучить).

В этих образцах мы исходили из того, что вы получите предоплату, которая покрывает расходы на начальном этапе. Размер аванса – дело вашей с коллекционером договоренности, только имейте в виду, что зависеть он должен от того, сколько времени и сил вам придется потратить. Пара простых рисунков делается быстро и легко, потому и предоплату можно попросить небольшую. Если же у вас сложный проект, над одним планированием которого придется немало попотеть, сумма должна быть приличной.



Когда вся подготовительная работа сделана, согласуйте свое окончательное видение произведения с заказчиком. Если он его отвергнет, начните все заново (вам потребуется еще один аванс, разумеется). Согласие же коллекционера означает, что вы на правильном пути и что вам в конце концов заплатят. Договоренность такого рода решает сразу несколько проблем: во-первых, позволяет заказчику следить за творческим процессом и принимать в нем участие, во-вторых, гарантирует вам, что хотя бы на этом этапе ваши усилия будут точно оплачены, и в-третьих, защищает вас от риска остаться у разбитого корыта после завершения работы.

Само собой разумеется, что, когда заказчик одобрит ваш проект, вам придется следовать ему неукоснительно. Не думайте, что коллекционер не обратит внимания на внезапные изменения или просто с ними смирится (конечно, если подобное не обговаривалось заранее). Поэтому лучше с самого начала предусмотреть подобные ситуации и оставить себе пространство для маневра.

Как и в десятой главе, наши образцы договоров можно и нужно менять: добавлять, убирать или редактировать условия, которые не подходят под конкретную ситуацию (причем делать это должны не только вы, но и заказчик).

Единственное, чего ни в коем случае нельзя писать в таком документе: «Я обязуюсь никогда больше не создавать произведений, *по существу* аналогичных заказанному». Кол-

лекционеры иногда пытаются добавить в договор такое условие: они хотят быть уверены в том, что созданная для них работа уникальна и через месяц или год вы не запустите ее конвейерное производство. В принципе, желание это вполне понятно, проблема кроется в самой формулировке. Разве все ваши работы не будут «по существу аналогичны»? Ведь все, что вы создаете, – часть целого. Вполне можно пообещать не создавать «идентичного» произведения, но «идентичное» – это совсем не «по существу аналогичное».

В конце нашего образца вы найдете несколько юридических условий. Если вы не помните, что они значат, перелистайте обратно до десятой главы. И не забудьте показать черновик документа юристу, чтобы убедиться, что все условия соответствуют законам места, где вы проживаете.

Стоимость произведений, сделанных на заказ

Произведения, которые вы создаете на заказ, должны стоить на 20–100 % больше, чем обычные ваши работы. Это объясняется, во-первых, тем, что вы разделяете с кем-то контроль над замыслом и процессом, а во-вторых, тем, что такая работа обычно сильно отличается от всего, что вы создаете у себя в мастерской. Чем больше влияния имеет заказчик, чем дальше вы отходите от привычных вам тем, сюжетов и техник, тем выше должна быть цена.

Договор предварительного заказа

между

_____ («Я» Имя художника	_____ (Адрес
и	
_____ («Заказчик» Коллекционер	_____ (Адрес

1. По желанию Заказчика я должен спланировать и создать следующее оригинальное Произведение: _____ («Произведение»).
2. Стоимость Произведения составляет _____. В данную стоимость не включены расходы, перечисленные ниже.
3. Сразу после подписания настоящего договора Заказчик обязуется выплатить мне невозвращаемый аванс в размере _____.
 - А. Проект Произведения будет представлен Заказчику в течение _____ дней после подписания настоящего договора.
 - Б. В случае, если Заказчик не принимает представленный ему проект в течение 30 дней, с меня снимаются все обязательства, сформулированные в настоящем договоре.
 - В. В случае, если Заказчик принимает представленный ему проект, он должен выплатить мне 50% от окончательной стоимости Произведения (за вычетом суммы невозвращаемого аванса) в течение 30 дней после факта согласования. Я обязуюсь закончить Произведение в течение _____ дней после получения означенной суммы. Оставшиеся 50% от окончательной стоимости Произведения Заказчик должен выплатить мне в течение _____ дней после завершения работы над Произведением.
4. Заказчик обязуется безотлагательно предоставить любые материалы, которые будут нужны для работы над Произведением: фотографии, документы и любые другие материалы. Все связанные с этим расходы несет Заказчик.
5. Заказчик обязуется покрыть расходы на страхование, транспортировку и хранение Произведения.
6. В течение моей жизни Заказчик не имеет права вносить какие бы то ни было изменения в законченное Произведение без моего письменного разрешения. В случае если таковые изменения будут внесены, Произведение не должно больше ассоциироваться со мной как его автором.
7. Заказчик должен следить за сохранностью Произведения. В случае повреждения Произведения Заказчик обязуется за свой счет провести работы по его восстановлению, предварительно согласовав со мной реставратора. В случае, если работы по восстановлению Произведения будут проводить не одобренный мной реставратор, Произведение не должно больше ассоциироваться со мной как его автором.
8. Все авторские права на Произведения сохраняются за мной. Заказчику предоставляются ограниченные неисключительные права воспроизводить изображения Произведения в некоммерческих целях. Каждое такое изображение должно сопровождаться подписью «С разрешения [мое имя], [город]».
9. Все наброски, модели, формы и прочие подобные материалы, используемые мной в процессе работы над Произведением, остаются в моей собственности.

10. В случае моей смерти до окончания работы над Произведением с меня или моего представителя снимаются все обязательства, сформулированные в настоящем договоре. При этом незаконченное Произведение не должно ассоциироваться со мной как его автором.

11. Настоящим стороны подтверждают, что достигли полного взаимопонимания по всем условиям данного договора. Любые изменения в условия настоящего договора могут быть внесены только с письменного согласия обеих сторон. Заказчик выражает свое согласие на мое право обращения в судебные инстанции для получения решения об исполнении договорных обязательств, запрещении определенных действий или других гарантий того, что все условия настоящего договора будут выполнены. В случае признания судом любого положения настоящего договора не соответствующим нормам права, остальные его положения считаются соответствующими этим нормам до тех пор, пока не будет доказано обратное. Отказ от предъявления претензии о неисполнении одного из условий настоящего договора не означает отказа от предъявления претензий о неисполнении остальных его условий. Условия настоящего соглашения не могут быть истолкованы в мою пользу или, наоборот, в ущерб моим интересам (или в пользу Заказчика или, наоборот, в ущерб его интересам) лишь потому, что Я или он (или законный представитель одной из сторон) готовил его черновую версию. При возникновении любого спора, предметом которого будет являться ненадлежащее исполнение или неисполнение сторонами условий настоящего договора, сторона, признанная проигравшей, обязана возместить все сопутствующие юридические расходы.

Дата _____

Подпись автора

Подпись коллекционера

Договор предварительного заказа

между

_____ («Я» Имя художника	_____ Адрес
и	
_____ («Заказчик» Коллекционер	_____ Адрес

1. По желанию Заказчика Я должен спланировать и создать следующее оригинальное Произведение: _____ («Произведение»), которое будет размещено _____.
2. Стоимость Произведения составляет _____. В данную стоимость не включены расходы, перечисленные ниже.
3. Сразу после подписания настоящего договора Заказчик обязуется выплатить мне невозвращаемый аванс в размере _____.
 - А. Проект Произведения будет представлен Заказчику в течение _____ дней после моего первого посещения места размещения Произведения.
 - Б. В случае, если Заказчик не принимает представленный ему проект в течение 30 дней, с меня снимаются все обязательства, сформулированные в настоящем договоре.
 - В. В случае, если Заказчик принимает представленный ему проект, он должен выплатить мне 50% от окончательной стоимости Произведения (за вычетом суммы невозвращаемого аванса) в течение 30 дней после факта согласования. Я обязуюсь разместить готовое Произведение через _____ дней после получения означенной суммы.
 - Г. Оставшиеся 50% от окончательной стоимости Произведения Заказчик должен выплатить мне в течение _____ дней после размещения готового Произведения.
4. Заказчик обязуется безотлагательно предоставить любые материалы, которые будут нужны мне для работы над Произведением и его размещения: фотографии, рисунки, карты и прочие материалы. Все связанные с этим расходы несет Заказчик.
5. Заказчик обязуется оплатить расходы на:
 - А. Проезд до _____, проживание, прокат транспортного средства, а также фиксированную сумму в _____ день на:
 - а) первое посещение установленного места в течение _____ дней;
 - б) последнее посещение установленного места для размещения Произведения в течение _____ дней;
 - в) работу _____ ассистентов для размещения Произведения во время последнего посещения установленного места.
 - Б. Материалы и работу, необходимые при подготовке установленного места для размещения Произведения, включая любое техническое оснащение.
 - В. Материалы и работу, необходимые для размещения Произведения.
 - Г. Страхование, транспортировку и хранение Произведения.

6. Произведение должно быть размещено в согласованном со мной месте и положении. В течение моей жизни Заказчик не имеет права вносить какие бы то ни было изменения в законченное Произведение и его расположение без моего письменного разрешения. В случае, если таковые изменения будут внесены, Произведение не должно больше ассоциироваться со мной как его автором.
7. Заказчик должен следить за сохранностью Произведения. В случае повреждения Произведения Заказчик обязуется за свой счет провести работы по его восстановлению, предварительно согласовав со мной реставратора. В случае, если работы по восстановлению Произведения будет проводить не одобренный мной реставратор, Произведение не должно больше ассоциироваться со мной как его автором.
8. Все авторские права на Произведения сохраняются за мной. Заказчику предоставляются ограниченные неисключительные права воспроизводить изображения Произведения в некоммерческих целях. Каждое такое изображение должно сопровождаться подписью «С разрешения [мое имя], [город]».
9. Все наброски, модели, формы и прочие подобные материалы, используемые мной в процессе работы над Произведением или его размещением, остаются в моей собственности.
10. В случае моей смерти до окончания работы над Произведением с меня или моего представителя снимаются все обязательства, сформулированные в настоящем договоре. В случае если на момент моей смерти Произведение закончено, но не размещено в установленном месте, ответственным за его размещение становится _____. Неразмещенное по любой причине Произведение не должно ассоциироваться со мной как его автором.
11. В течение всего срока, когда Произведение находится в распоряжении Заказчика, он обязуется оградить меня (или моих правопреемников) от любых претензий, требований, потерь и расходов, так или иначе связанных с Произведением (включая, например, возможные травмы или порчу имущества, причиненные в процессе транспортировки или размещения Произведения; судебные и смежные расходы; потери при взаиморасчетах). Единственное исключение из данного положения составляют факты нарушения авторских прав.
12. Настоящим стороны подтверждают, что достигли полного взаимопонимания по всем условиям данного договора. Любые изменения в условия настоящего договора могут быть внесены только с письменного согласия обеих сторон. Заказчик выражает свое согласие на мое право обращения в судебные инстанции для получения решения об исполнении договорных обязательств, запрещении определенных действий или других гарантий того, что все условия настоящего договора будут выполнены. В случае признания судом любого положения настоящего договора не соответствующим нормам права остальные его положения считаются соответствующими этим нормам до тех пор, пока не будет доказано обратное. Отказ от предъявления претензии о неисполнении одного из условий настоящего договора не означает отказа от предъявления претензий о неисполнении остальных его условий. Условия настоящего соглашения не могут быть истолкованы в мою пользу или, наоборот, в ущерб моим интересам (или в пользу галереи или, наоборот, в ущерб ее интересам) лишь потому, что Я или он (или законный представитель одной из сторон) готовил его черновую версию. При возникновении любого спора, предметом которого будет являться ненадлежащее исполнение или неисполнение сторонами условий настоящего договора, сторона, признанная проигравшей, обязана возместить все сопутствующие юридические расходы.

Дата _____

Подпись автора

Подпись коллекционера

«Все проблемы, которые обычно возникают с заказами, можно условно разделить на две большие группы. Во-первых, это проблемы, связанные с подгонкой произведения к пространству: можно ли его перемещать и вращать, а если да, то как именно? Обязательно ли сохранять его целостность, если оно состоит из нескольких элементов? Во-вторых, правовые проблемы с отказом от ответственности: кто будет виноват, если человек залезет на скульптуру, упадет, что-нибудь себе сломает и побежит в суд?

Я всегда добиваюсь того, чтобы с художника снималась вся ответственность в тот момент, когда заказчик принимает произведение и размещает его у себя. От него ведь и вправду больше ничего не зависит». *Донн Зарецки, юрист в области искусства, коллегия Джона Сильбермана; писатель, блог Art Law (Нью-Йорк)*

«Всегда подписываю договор: чем больше ясности, тем лучше – и тем свободнее я себя чувствую. У нас есть своя форма, которую мы просим заполнить художников, – соглашение об установке произведения,

выполненного по предварительному заказу. Если уж я участвую в проекте, я хочу быть уверена, что все будет в целостности и сохранности».

Шамим Момин, директор и куратор некоммерческой организации LAND (Лос-Анджелес) и бывший куратор Музея американского искусства Уитни (Нью-Йорк)

Заказы от общественных организаций

Поскольку заказы от общественных и государственных организаций подразумевают участие в них пожертвований или денег налогоплательщиков, ситуация становится куда более сложной, нежели в случае с частными заказами. На то, чтобы утрясти все детали, могут уйти месяцы, а на сам проект – годы. Да и связано с ним будет куда большее количество людей, каждый из которых имеет собственное мнение по любому вопросу.

Так или иначе, есть несколько вещей, над которыми вам, как и при получении заказа от частного лица, следует подумать заранее: бюджет, контроль над творческим процессом и участие в нем заказчика, сроки выполнения работы, размеры и порядок оплаты. Составлять договор самому не придется: любая организация всегда использует собственные типовые формы. Но опять же: нужно внимательно прочитать все пункты и убедиться, что вы хорошо их поняли. Текст в большинстве случаев будет трудночитаемым из-за обилия юридической лексики, канцеляризмов и сложных синтаксических оборотов, поэтому не стесняйтесь обратиться к юристу. Если ваши интересы представляет галерея, ее руководство с радостью вам поможет (если попросите, конечно).

**ДЕЛАЙТЕ, ЧТО ХОТИТЕ... ТОЛЬКО НЕ ЗАБУДЬТЕ
ПРО РАЗМЕРЫ... И ЕЩЕ ЭТО ДОЛЖЕН БЫТЬ ХОЛСТ
20 × 30... И ЧТОБЫ МНОГО СИНЕГО И ВСЕМ
МОИМ РОДСТВЕННИКАМ ПОНРАВИЛОСЬ.**



Не забывайте, что, как и в случае с договором передачи во временное пользование, вы имеете полное право настаивать на изменении условий, обозначенных в документе, – это же всего лишь черновик, а не каменная скрижаль (хотя в реальности все-таки скорее последняя, но при определенной доле удачи вам дадут зубило, чтобы изменить пару штрихов).

На что стоит обратить внимание при чтении таких договоров?

Во-первых, как мы уже писали в предыдущем разделе, проследите, чтобы в документе не было ничего «по существу аналогичного».

Во-вторых, как и в случае с передачей во временное пользование, позаботьтесь, чтобы не нарушались ваши авторские права (напомним: «в любых *некоммерческих* целях» – только так и не иначе).

В-третьих, конечно же, «гарантия возмещения ущерба и ограждения от ответственности».

Разумеется, мы не можем предугадать абсолютно все возможные ситуации, как, соответственно, и все возможные варианты договора. Поэтому повторим еще раз, смеха ради: покажите документ юристу. Не пытайтесь контролировать все сами.

Глава 12

Как привлечь к себе внимание галереи

Галеристы отдают художникам немало – как денег, так и душевных сил. Конечно, есть и те, кому интересны только преимущества, получаемые от такого союза. Ну, или деньги. Но в большинстве своем галеристы работают из любви к искусству и тем, кто его создает. То, что иногда при знакомстве они осторожничают и тянут время, – вполне понятно и естественно, и в этом нет ничего дурного. Вы и сами, вероятно, будете осторожничать и тянуть время.

Подписать с галереей договор о долгосрочном сотрудничестве – значит целиком и полностью отдать себя в ее руки: свою репутацию и свою карьеру, в ближайшей или в долгосрочной перспективе. Конечно, из любой неприятной ситуации можно найти выход, но вопрос в том, будет ли вам полезен такой опыт?

Постоянные отношения с галереей вполне сопоставимы с отношениями романтическими: сначала вы общаетесь в большой компании друзей, затем – в более тесной группке, затем, может быть, сходите на пару свиданий и, если все еще нравитесь друг другу, продолжите встречаться до тех пор, пока один из вас не сделает решающий шаг. Порой кажется, что человек, с которым вы встречаетесь, со странностями, а иногда вы не можете понять, чего он хочет. Порой вы думаете, что вами просто играют. Иногда вы понимаете, к чему это все ведет, а иногда нет. Так или иначе, в подавляющем большинстве случаев между первой встречей и днем свадьбы проходит немало времени.

«Мир искусства состоит из людей и их отношений друг с другом. Хорошие отношения – это когда галерея берет вас показывать. Помните, как ухаживали за своей будущей женой: вы же не ругались с ней по поводу и без, правда? Вы, напротив, старались, чтобы все шло чинно да гладко. Пытались впечатлить ее, оставаясь при этом собой. Нельзя сегодня быть милым и заботливым парнем, а завтра, едва надев обручальное кольцо на палец, обратиться в разгильдяя и хама. Поэтому, да: пытайтесь произвести хорошее впечатление, но никогда не забывайте о том, кто вы есть на самом деле».

Дэвид Гибсон, куратор и критик (Нью-Йорк)

«Никогда, слышите, никогда не загоняйте себя в западню сегодняшнего успеха! Лучший расклад – это когда галерею интересно не столько то, что вы делаете сейчас, сколько то, что вы сделаете завтра, и при этом не важно, за какую сумму было продано ваше первое произведение. Если творчество не эволюционирует, оно нежизнеспособно».

Андреа Розен, галерея Андреа Розен (Нью-Йорк)

«Художники получают лишь то, что заслуживают. Мне нужны отношения, в которых я буду жить долго и счастливо, – те, в которых, когда мне звонит галерист, трубку я беру с радостью. Это очень тесная связь. Ничуть не менее тесная, чем между супругами. И одна из самых важных в моей жизни, поэтому ее развитие имеет для меня очень большое значение. Я хочу, чтобы галерея занималась тем, чем мне заниматься совершенно

не нравится, – всей этой нудной работой, которая связана с любой деловой активностью».

Фред Томаселли, художник (Нью-Йорк)

**МЫ ГОТОВЫ ПРЕДЛОЖИТЬ ВАМ
ПЕРСОНАЛЬНУЮ ВЫСТАВКУ,
НО ТОЛЬКО ПРИ УСЛОВИИ,
ЧТО ВЫ НАДЕНЕТЕ ЭТУ ШЛЯПУ.**



Чуть больше, чем просто друзья: задняя комната

Есть отличный способ проверить свои отношения с новым автором. Галерист хранит несколько работ в задней комнате (служебном помещении, находящемся позади выставочного зала, его еще называют офисом) и показывает их коллекционерам после того, как они ознакомятся с основной программой. В такой ситуации галерея практически ничем не рискует – ни деньгами (ведь это ничего не стоит), ни репутацией (ведь ваши работы увидят только заинтересованные лица, а не широкая публика). Да и коллекционер чувствует себя так, будто ему показывают нечто особенное, «эксклюзивное» – нечто, что не предназначено для посторонних глаз.

Если галерея предлагает вам такой вариант, стоит подписать с ней договор комиссии (см. десятую главу). Вы же не хотите, чтобы этим ваш союз и ограничился? Как минимум составьте перечень работ.

Напишите, что доверяете галерее свои произведения на три или шесть месяцев – обычные в подобных ситуациях сроки. При необходимости их всегда можно увеличить.

Если ваши работы кто-нибудь купит и галерее понравится иметь с вами дело, то (в теории) вы можете рассчитывать на продолжение отношений, и у вас наверняка попросят еще несколько произведений, которые, возможно, даже будут показаны публике.

Это просто сравнение

Все галеристы, с которыми мы беседовали, как один сравнивали отношения между художником и галереей с процессом ухаживания и последующей семейной жизнью. Нам эта метафора очень понравилась: она наглядно показывает, что именно чувствуют оба партнера. Но есть одна тонкость, которую она объяснить не может.

Галерея – это в первую очередь бизнес и только потом – все остальное. Ей нужно оплачивать счета, продавать произведения и выполнять свои обязательства перед другими художниками. Из-за всего этого галерея иногда идет на то, чего настоящий друг никогда не сделает, но что вполне обычно для бизнес-партнеров. Это не значит, что вы не должны воспринимать галериста как друга – это значит, что вы должны отделять дружеские отношения от рабочих. Здорово, когда они пересекаются – всем нравится работать с тем, кому можешь доверять, к кому испытываешь искреннее уважение, кто тебе нравится, наконец, – но от этого деловые отношения дружбой не становятся.

Что произошло? Я думал, у нас любовь

«Если галерея не идет с вами на контакт, значит, вы ей неинтересны. Это как свидание. Если на следующий день он не позвонил, значит, просто не нашел в тебе того, что искал».

Хизер Маркс, галерея Маркс и Заваттеро (Сан-Франциско)

«Если вы написали мне три раза, а я не ответил, значит, я не заинтересован в сотрудничестве. Три раза – и хватит. Если мое приглашение на свидание трижды отклоняют, я сдаюсь».

Анонимно

Свидание на людях: групповая выставка

Групповая выставка – как первое свидание. Как и первое свидание, она немного напоминает кастинг. Вы показываете себя с лучшей стороны, изо всех сил стараясь понравиться галерее и публике. Галерея ведет себя так же (если, конечно, вы ей интересны).

Риска здесь, конечно, чуть больше, чем в варианте с задней комнатой, но все еще не так много: основная ставка делается вовсе не на вас, зато можно посмотреть на реакцию прессы и той части публики, чье мнение имеет вес.

Есть два возможных пути: галерея организует выставку либо сама, выбирая художников из числа тех, кто прислал заявки, или тех, кого уже знает (от других художников, из открытых мастерских, ярмарок и т. д.), либо с помощью независимого куратора, который приводит своих авторов – тех, кого галерея видит в первый раз.

Некоторые проводят выставки раз в год, обычно летом. Другие – каждый раз, когда им нужно расширить свою экспозицию. Так или иначе, удачная групповая выставка принесет вам – помимо денег, отзывов в прессе и славы – еще больше выставок.

Конечно, дело не должно обойтись без договора.

Убедитесь, что цены на ваши произведения в разных галереях не слишком отличаются. Это важно по нескольким причинам. Во-первых, чтобы не дать коллекционеру шанса сторговать цену пониже. Во-вторых, чтобы не вынуждать галеристов соревноваться друг с другом, идя на уступки. И в-третьих, чтобы просто быть последовательным в своей политике ценообразования.

Стоимость перелета

Если вам очень хочется попасть на ярмарку, но галерея не горит желанием за это платить, можно попробовать упрямить ее купить вам хотя бы билет на самолет, пообещав взамен помочь собрать и разобрать стенд.

Случайные связи

Для художников, не связанных ни с кем серьезными отношениями, вполне нормально принимать участие одновременно в нескольких групповых выставках, организуемых разными галереями в одном и том же городе. Покуда вы ведете себя честно, можно не бояться за свою репутацию. Галереям, пожалуй, даже интересно наблюдать за тем, как вы работаете с другими.

Если вы уже договорились с одной галереей об участии в групповой выставке и получаете предложение от другой, узнайте у обеих, не против ли они. Должны быть не против, если, конечно, в обоих местах вы не собираетесь показывать одно и то же произведение. Вот кстати, прямо сейчас, пока мы пишем эту главу, один наш знакомый художник участвует сразу в двух выставках, причем обе проходят в Челси: одна галерея показывает его рисунки, вторая – инсталляцию (а еще одна инсталляция выставляется некоммерческой организацией из Бруклина, и галереи совершенно не ревнуют его именно потому, что организация эта – некоммерческая). Если же у одной из галерей все-таки есть возражения, узнайте причину и решите для себя, насколько она веская.

Подобное, конечно, вам никто не запретит (договора-то у вас ни с кем нет), но потрудитесь объяснить партнерам свое решение – хотя бы в знак уважения к ним и их работе.

Они оценят это, не сомневайтесь, а вы тем самым улучшите свои шансы получить новое предложение.

Что бы вы ни решили, никогда не допускайте ситуации, чтобы две галереи представляли ваши работы на одной ярмарке или одну и ту же работу на двух разных, но идущих одна за другой ярмарках. Вашу работу просто не будут воспринимать как уникальную. Да и публика более благосклонна к тем, у кого налажены серьезные отношения с одной-единственной галереей: так люди знают, к кому обратиться, если захотят купить вашу работу. Любой галерее хватит здравого смысла, чтобы избежать подобного сценария, но для этого вам нужно делать все свои дела в открытую, ничего не скрывая.

«Иногда, договариваясь с художником о его участии в групповой выставке, мы бываем кратки и прямолинейны: “Вы рассчитываете на одну ночь или на нечто более серьезное?” Метафора, конечно, пошлая и примитивная, но зато понятная и точно передающая суть: язык любовных отношений понимает каждый, равно как и каждый понимает, насколько сложными и запутанными они могут быть. А уж когда в дело вмешиваются деньги и вопросы карьеры, тут все куда сложнее».

Кэтрин Кларк, галерея Кэтрин Кларк (Сан-Франциско)

«Надо быть совсем уж дилетантом, чтобы допустить ситуацию, в которой твои работы на ярмарке представляет больше, чем одна галерея. Вы же тем самым оставляете галериста безоружным и беспомощным. Это все равно что пытаться отнять руль у водителя, когда он на полной скорости едет по автобану. “Да я сам все сделаю в сто раз лучше: сам со всеми договорюсь и все устрою, ведь в бизнесе я разбираюсь так же круто, как и в искусстве”. И тут же врезаться в ближайшее дерево».

Тим Блум, галерея Блума и По (Лос-Анджелес)

«Среди аукционистов есть термин, обозначающий произведение, которое никто не хочет покупать, и оно снимается с продажи слишком быстро. Они называют его “горящим”. Думаю, это справедливо и в отношении ярмарок. Если вы отправитесь на PULSE сначала в Майами, а потом в Нью-Йорк и увидите и там, и там одни и те же работы, что вы подумаете об организаторах и галеристе? Вряд ли что-то хорошее, правда? А ведь такой случай был, именно на PULSE, как раз таки в Майами и Нью-Йорке. Картина была небольшая, несравнимо меньше тех последствий, которые пришлось ощутить на собственной шкуре тому, кто решился ее выставить. Нам пришлось снять ее с программы».

Хелен Аллен, сооснователь и директор компании Allen/Cooper Enterprises (Нью-Йорк)

«Обычно мы берем у художника несколько работ и относим их в заднюю комнату, чтобы потом при случае отвезти на ярмарку или показать коллекционерам. Заодно смотрим на реакцию посетителей и других художников. Как будто в твоей жизни появляется что-то новое. Как будто приводишь домой вторую жену».

Лиза Шредер, Schroeder Romero Editions (Нью-Йорк)

Романтический уик-энд: ярмарка

Не менее эффективным способом, которым галерея может проверить ваши с ней отношения, будет ярмарка. Коллекционеры заглядывают сюда куда охотнее и чаще, чем в заднюю комнату. И в большем количестве. Да и организацией выставки заниматься не нужно.

Ярмарки, тем не менее, обходятся недешево, поэтому галереи с особой тщательностью подходят к выбору произведений. И участие в ярмарке для художника – неплохой повод для гордости: ваши работы повезут в другой город и постараются продать, а работы многих других художников – нет. А еще кураторы и галеристы ищут на ярмарках новые имена, поэтому вы наверняка познакомитесь с кем-то, кто предложит вам поучаствовать в групповой выставке.

В то же время ярмарки отличаются друг от друга так же, как и галереи: далеко не все одинаково полезны. Не торопитесь принимать первое же предложение, не зная, что и, главное, кто за ним стоит, и не будучи уверенным, что оно вам стопроцентно подходит. И не забывайте, что проданное на ярмарке произведение едет прямым путем домой к коллекционеру. Ни эффектного показа, ни прессы – ничего этого не будет. Вы можете даже больше его никогда не увидеть, если, конечно, не наберетесь наглости пополам с уверенностью и не потребуете от коллекционера, чтобы он обязался одалживать вам купленную работу всякий раз, когда вы захотите показать ее широкой публике.

Про то, стоит ли вообще соваться на ярмарки, мы уже говорили в седьмой главе. Что бы вы ни думали о подобных мероприятиях, на ваше решение не может не повлиять тот факт, что там вы увидите *свои работы*. Подумайте об этом и примите решение. С одной стороны, когда весь стенд посвящен исключительно вашему творчеству, это практически ничем не отличается от персональной выставки в галерее. Но если там представлена *одна* работа, только лишь увидеть ее вне привычного контекста может быть неприятным сюрпризом. Что уж там говорить о коллекционерах с мутными глазами, которые приостанавливаются, за три секунды составляют мнение обо всем вашем творчестве и дефилируют в направлении следующего стенда.

А еще вам нужно будет как-то окупить свою поездку на ярмарку, если, конечно, ваши произведения не представлены на одном из стендов и вы не нужны галерее, чтобы их повесить или установить. Решив-таки поехать (не важно, от галереи или самостоятельно), запретите себе просиживать целый день перед своим стендом: пройдите по залам и посмотрите на все, что успеете. Главное – не отвлекайте галериста.

«Какими бы близкими ни были ваши отношения, нужно постоянно помнить, что это прежде всего бизнес. Иначе неудача попросту разобьет вам сердце».

Джордж Адамс, галерея Джорджа Адамса (Нью-Йорк)

«В прошлом, думаю, художникам было куда сложнее собраться с духом и пойти на ярмарку. Сегодня же это, по сути, главное событие, происходящее на мировом рынке искусства. Поэтому многим пришлось приспособиться – привыкнуть к мысли, что их произведения выглядят маленькими каплями в огромном море коммерческих отношений. Некоторым это даже нравится – они воспринимают ярмарку как возможность почувствовать себя частью мирового художественного процесса. Это, без сомнения, симптом коммерциализации искусства, факта превращения его в товар. И отказываются принимать этот факт только те идеалистически настроенные

авторы, для которых собственное творчество остается прежде всего идеей и лишь потом – ремеслом».

Розамунд Фелсен, галерея Розамунд Фелсен (Санта-Моника, Калифорния)

«Сначала я должен проверить автора. Есть у нас в Сиэтле один начинающий художник, чья техника мне безумно нравится, да и темы кажутся преинтересными. Но насколько сильно я бы ни был в нем уверен, все, что я пока смог ему предложить, – отдать нам несколько работ на пробу: не выставлять, а просто показать коллекционерам, с которыми мы обычно сотрудничаем. Очень хочется надеяться, что это выльется в нечто большее».

Джеймс Харрис, галерея Джеймса Харриса (Сиэтл)

Помолвка: персональная выставка

Если верить большинству галеристов, персональная выставка предлагается художнику лишь в том случае, когда достигнуто соглашение о постоянном сотрудничестве. Но мы знаем и тех, кто делает это раньше – в основном, чтобы посмотреть, как художник с этим справится и достоин ли он потраченных на него усилий (но исходят галеристы из соображения, что все будет хорошо).

Поскольку персональная выставка – дело большое и важное, так или иначе связанное с решением галереи работать с вами на постоянной основе (проще говоря, устраивать персональные выставки снова и снова), мы написали об этом целую главу – тринадцатую.

Слышите первые ноты марша Мендельсона?



«Кто-то мне однажды сказал: “Кем ты придешь в галерею, тем из нее и уйдешь”. Если ты приходишь к руководству и просишься поработать в отделе доставки, то так и будешь до самой пенсии возить туда-сюда чужие работы. Иными словами, пытаясь наладить сотрудничество, не делайте и не говорите ничего такого, по чему о вас могут составить неправильное и ненужное вам мнение. Другого рода проблемы возникают, когда слишком

сильно сближаешься с галеристом. Границы между рабочими и дружескими отношениями стираются очень легко, причем порой незаметно для вас самих и вне зависимости от вашего желания. И привести это может совсем не к тому, чего бы вам хотелось».

Чарльз Лонг, художник (Маунт-Болди, Калифорния)

«Мне нравится этот этап, который предшествует предложению устроить персональную выставку. Когда вы с автором бок о бок работаете над групповой выставкой или ярмаркой, ты узнаешь, чего он на самом деле стоит, и получаешь огромное удовольствие от такого общения. Хотелось бы мне, чтобы и художники чувствовали то же самое. Мы же делаем одно дело, просто разными способами. Плыдем параллельными курсами к одной и той же цели. И когда совместными усилиями уже что-то сделано, и становится понятно, что всех все устраивает, ты протягиваешь руку и говоришь: “Эй, дружище, давай-ка к нам на борт! Ты отлично вступишь в команду”».

Лорен Молина, владелица и директор галереи Bank (Лос-Анджелес)

«Думаю, авторам стоило бы больше доверять этой старой, проверенной временем схеме: сначала групповая выставка и лишь потом – персональная. Ведь и для галереи, и для художника жизненно необходимо завязать отношения, пусть сперва и на простейшем уровне, чтобы понять, насколько они подходят друг другу. Кто-то может счесть это необязательным, но, поверьте, это очень-очень важно. Считайте это романтическим вечером, который покажет, стоит ли вам идти дальше. Ведь именно так все в жизни и устроено».

Джаспер Шарп, куратор Музея истории искусств (Вена, Австрия)

«Я никогда не возьмусь показывать художника, которого недостаточно хорошо знаю. Потому что для меня это очень серьезные отношения, которые играют важную роль в жизни обеих сторон. И дело здесь не столько в том, по душе ли тебе работы художника, сколько в том, сможешь ли ты с ним ужиться как с человеком. Мне нравится творчество очень многих художников, и мне вполне хватает опыта, чтобы понимать, что именно мне нравится. Но чтобы понять человека и оценить, насколько перспективно сотрудничество с ним или насколько хорошо его работы впишутся в конкретную концепцию, требуется время».

Эми Смит-Стюарт, куратор Музея современного искусства Олдрича (Риджфилд, Коннектикут), бывший куратор PS1 (Нью-Йорк)

«Я стараюсь быть с художниками как можно более открытым и честным и потому буду рад услышать: “Мне интересна ваша галерея, и я хочу с вами сотрудничать потому-то и потому-то. Смотрите, у нас есть несколько точек соприкосновения. Скажите, что мне нужно сделать, чтобы вы начали показывать мои работы?”»

Джеймс Харрис, галерея Джеймса Харриса (Сиэтл)

Глава 13

Постоянное сотрудничество с галереей

Что ж, конфетно-букетный период позади, помолвку никто не разорвал, пора и под венец. Галерея выражает желание показывать вас на постоянной основе, и вы хотите того же. Что следует сделать, дабы вместе вам жилось долго и непременно счастливо?

Как и в любом браке, вам нужно быть максимально открытыми и честными, полностью друг другу доверять, вместе принимать все важные решения и вместе же планировать свое будущее. И не давать бытовым проблемам или недопониманию все разрушить: любую проблему можно решить, а любое недопонимание – прояснить. Совсем избежать их не удастся никому, но стремиться свести к минимуму можно и нужно, и один из способов это сделать – с самого начала договориться, чего вы друг от друга ждете. Обсудите условия договора *до того*, как его подписывать. Задавайте вопросы и отвечайте. Постарайтесь понять, как видит ваш союз галерея – вполне может быть, что совсем иначе, нежели вы. И узнать об этом лучше сейчас, а не через два года совместной жизни, когда ставки будут неизмеримо выше.

И кстати, если уж сравнивать постоянное сотрудничество между художником и галереей с браком, учтите, что выходите замуж за многоженца. Как бы сильно ни любили лично вас, всегда будут и другие.

«От художника я жду напряженной работы. Максимальной самоотдачи, серьезного подхода к делу и пунктуальности. Не надо валить все на меня. Их шестнадцать, а я одна. Я работаю со многими художниками, которые сами находят клиентов, а потом отсылают их ко мне. И мне это очень нравится. Но я терпеть не могу, когда художник продает свои работы мимо галереи. Это худшее, что можно сделать. Ведь тогда я ничего не продам сама и, следовательно, не заплачу самому автору. Мне важна лояльность. Я работаю с художником и для художника – на каждом этапе, начиная с продажи его произведений музеям и заканчивая работой со СМИ. Как можно доверять человеку, который проворачивает что-то у тебя за спиной?»

Моник Мелош, галерея Моник Мелош (Чикаго)

«Уж коли мы беремся за художника, мы будем днями и ночами работать над его продвижением. Поэтому, если ему вдруг поступает некое предложение, первое, что он должен сделать, – прийти к нам. Мы здесь не просто штаны протираем в ожидании чуда – мы налаживаем контакты с другими галереями, коллекционерами, журналистами. Неужели это не заслуживает уважительного отношения?»

Хизер Тейлор, галерея Тейлор де Кордова (Лос-Анджелес)

«Запомните одно: нужно работать на галерею так же, как она работает на вас. Даете интервью – упомяните место, где выставляются ваши работы. Расскажите о недавно прошедших выставках, о ближайших мероприятиях, о том, где именно можно увидеть ваши работы. Отправьте их в галерею. Скверно, когда художники не вкладываются в развитие отношений».

Хизер Маркс и Стив Заваттеро, галерея Маркс и Заваттеро (Сан-Франциско)

НАДЕНУ-КА Я ЭТИ ПОТЯСАЮЩИЕ ШТАНЫ,
ИСПАЧКАННЫЕ КРАСКОЙ: ПУСТЬ ВСЕ ВИДЯТ,
ЧТО Я НАСТОЯЩИЙ ХУДОЖНИК.



«Если, придя ко мне, вы сможете внятно, просто и профессионально объяснить суть своего творчества, если я увижу, что вы хорошо подготовлены, я назову вас своим партнером. Если же вы постоянно опаздываете, не знаете о нас абсолютно ничего и не можете толком объяснить, что и зачем происходит у вас в мастерской... И думать забудьте». *Ким Уорд, директор Вашингтонского проекта искусств (Вашингтон)*

«Мир искусства тесен. Здесь все только и делают, что обсуждают, кто чем занимается. Сколько раз мне приходилось слышать о том, как сплетни художников о галереях доходили до ушей последних. Соглашения отменялись, сотрудничеству приходил конец. Мы сами не обсуждаем с художниками их коллег – это дело очень деликатное, ведь между ними тоже существует конкуренция. Почему бы им не следовать нашему примеру?»

Мэри Ли Черри, галерея Черри и Мартина (Лос-Анджелес)

«Не совершайте никаких сделок за спиной у своей галереи: это мгновенно всплывет наружу, и ваше имя окажется в черном списке. Наш мирок очень тесен, да и построен на сплетнях и слухах, жернова которых вращаются с потрясающей быстротой, круг за кругом, не останавливаясь ни на минуту. В таких условиях нужно быть очень осторожным, чтобы не навредить собственной репутации. Если вы попали

в переплет – финансовый, я имею в виду, – обратитесь к галерее. Так или иначе, вам наверняка помогут».

Андреа Поллан, владелица галереи Curator's Office (Вашингтон)

«Я жду от художников серьезного отношения и участия в жизни галереи. Ради них я рискую своим временем и деньгами. Но соглашение есть соглашение, а потому риск этот вполне оправдан тем прочным союзом, который возможен в будущем. И на этот союз должны работать обе стороны».

Шейн Кэмпбелл, галерея Шейна Кэмпбелла (Чикаго)

«Много лет я сотрудничал с художниками и галереями, делая для них рамы. Одним из моих клиентов была неподражаемая Пола Купер²⁴. Ее интересы тогда представлял Джеймс Коэн²⁵. Он уже тогда был славным малым и уважительно обращался с подсобными рабочими. В отличие от многих и многих своих коллег, которые в то время шпыняли меня, а через несколько лет предлагали выставки и постоянное сотрудничество. Они совсем не помнили меня – никому не нужного работягу, делающего рамы, – но я-то их помнил. И помнил, что кроется за их любезными улыбками. Лицемеры! А однажды ко мне пришел Джеймс Коэн. Я помнил и его, и его почтительное обращение. Я поспрашивал знакомых, и все в один голос твердили, что он честный и порядочный человек и что музеи обожают с ним работать. Я искал галериста, который был бы трудолюбив, компетентен и располагал к себе, – того, кто никогда не обманет. Поэтому я выбрал Джеймса. И ни разу об этом не пожалел».

Фред Томаселли, художник (Нью-Йорк)

«У художников, с которыми я сотрудничаю, не должно возникать и тени сомнения, что я всегда буду рядом, поддерживая их во всем – поощрять любые эксперименты, давать возможность рисковать, прикрывать тылы и в нужный момент помогать советом».

Джордж Адамс, галерея Джорджа Адамса (Нью-Йорк)

²⁴ Пола Купер – американская художница и арт-дилер, владелица галереи Полы Купер, Нью-Йорк. – *Прим. пер.*

²⁵ Джеймс Коэн – арт-дилер, владелец галереи Джеймса Коэна, Нью-Йорк. – *Прим. пер.*

Чего галерея ждет от вас

С точки зрения галереи ваша роль проста и понятна: вы просто продолжаете делать то, что делаете. Все время, без остановки – а не только перед выставкой. И постоянно растете и развиваетесь, отдавая себя этой цели без остатка и оглядки.

Еще от вас ждут, что вы будете вести себя профессионально: идти на контакт, делать все в срок и уважать своего партнера. Это означает отвечать на электронные письма и телефонные звонки, предупреждать всякий раз, когда собираетесь уехать на отдых, показывать каждую новую работу и быть учтивым не только с руководством, но и со всеми сотрудниками. Это означает быть пунктуальным и приходить на открытия собственных выставок вовремя. А еще это означает с максимальной аккуратностью относиться к любой конфиденциальной информации, которую вам доверяют.

Галерея должна быть в курсе всего, что происходит с вашим творчеством, – какие новые идеи у вас появляются, к каким веяниям вы прислушиваетесь. Достигнуть этого можно только путем непрерывающегося диалога, благодаря которому ваши произведения будут представлены СМИ и коллекционерам именно тем образом, который вам и нужен.

Но есть и минус: у вас больше не получится самому ничего продавать, не заручившись согласием галереи. И это совсем не шутка, а вполне реальная опасность разрушить отношения и сильно навредить собственной репутации. Галерея вкладывает в вас свои деньги, время и силы. За это она берет определенный процент каждый раз, когда продает ваши работы. Заключая же сделки у нее за спиной, вы тем самым оставляете ее без заработка – то есть, по сути, воруете. Галерея, впрочем, вполне может вам это разрешить, но это скорее исключение, чем правило – по умолчанию все ваши произведения должны проходить через нее, если между вами нет других договоренностей. Поэтому спрашивать нужно обо всем, даже если есть стопроцентная уверенность, что вам не откажут (как, например, в случае, если вы хотите продать почти за бесценок или вовсе подарить одну из своих работ другу или родственнику).

А если к вам в мастерскую заглянул коллекционер, который заинтересовался возможностью покупки какого-то произведения, нужно любыми способами подавить в себе искушение решить все вопросы здесь и сейчас и просто передать ему контактные данные галереи. Не стоит даже называть ему примерную цену: та сумма, о которой вы договорились с галерей, не учитывает ни налоги, ни страховку, ни расходы на транспортировку. Да и галерист мог пообещать это же самое произведение кому-нибудь другому.

Кстати, если разрешение на самостоятельную продажу вам все-таки дано, ни в коем случае не занижайте цену относительно той, о которой договорились с галереей (то же касается и скидок) – так вы окажете медвежью услугу не только своему партнеру, но и себе самому.

Расскажите партнеру о любом сотрудничестве с другими галереями в иных городах. Отношение к этому может быть самое разное и напрямую зависит от размеров, репутации и возможностей вашей галереи, поэтому самым разумным будет просто спросить напрямую. Чем крупнее галерея, тем больше вероятности, что она будет настаивать на эксклюзивности своего положения и захочет все ваши произведения без исключения – вне зависимости от того, кто открыл вас миру. В конце концов, у нее, скорее всего, хватит персонала, чтобы справиться с дополнительной нагрузкой. Небольшие же галереи в большинстве случаев позволят вам сотрудничать с кем-то еще. Работать с «побочными» галереями через посредника в лице «основной» несколько выгоднее, чем напрямую, – в следующем разделе мы объясним почему.

Не забывайте упоминать своего партнера в каждом интервью. Причем не только название, но и недавно прошедшие и предстоящие выставки. А отсылая изображения своих работ журналистам, обязательно подписывайте их: «С разрешения [ваше имя] и [название галереи и города, в котором она находится]». Иначе люди, которые заинтересуются вашим творчеством, не будут знать, куда обращаться.

Наконец, галерея будет ждать от вас поддержки остальных ее художников – ходите на их выставки, не важно, открытия это или нет. Командной игры от вас никто не потребует, но, если вас попросят поделиться каким-то оборудованием, не жадничайте.

Каждый раз, решив принять участие в той или иной программе галереи, не забудьте приложить следующее (все должно быть самое свежее!):

- резюме и творческое кредо;
- упоминания в СМИ и пресс-релизы;
- перечень проданных работ (с указанием их стоимости);
- список покупателей;
- контактные данные кураторов и журналистов, заинтересовавшихся вашим творчеством;
- изображения новых произведений.

У себя на сайте укажите контактные данные галереи с ссылкой на их веб-ресурс. Попросите их сделать то же самое, а еще разместить изображения ваших работ, резюме и всю прочую необходимую информацию. Следите, чтобы все обновления делались вовремя.

«От одного художника я как-то раз услышала очень интересную идею о существовании двух типов галерей. Первые нужны, чтобы продавать свои работы, а со вторыми идешь по жизни рука об руку, через все главные этапы: женитьба, бар-мицва, похороны. Я подумала тогда – и думаю так до сих пор, – что мы, пожалуй, принадлежим ко второму типу. Нам очень важно поддерживать своих авторов, причем поддерживать во всем. И это адресная помощь, индивидуальный подход. Мы всегда исходим из того, что нужно конкретному человеку на конкретном этапе его карьеры».

Кэтрин Кларк, галерея Кэтрин Кларк (Сан-Франциско)

«Когда я уменьшаю свой процент, я по-хорошему шокирую художников. Многие ведь этого не делают, даже после второй или третьей персональной выставки. Я считаю, что галереи работают для художников, поэтому, если обе стороны видят, что союз их достаточно крепок и приносит неплохой доход, я готов обсудить изменение доли и уйти от привычных пятьдесят на пятьдесят. До этого момента галерея инвестирует в художника, и половина от стоимости работы за это – не так уж и мало».

Эдвард Уинклман, галерея Уинклмана (Нью-Йорк)

«Доля авторских отчислений может меняться от случая к случаю. Все очень индивидуально и зависит от того, насколько ты заинтересован в том или ином художнике и насколько тот или иной художник заинтересован в тебе. Но я никогда не видела, чтобы автор получал меньше 50 %».

Сабрина Бьюэлл, совладелец галереи Злот, Бьюэлл и партнеры (Сан-Франциско), бывший директор галереи Мэттью Маркса (Нью-Йорк)

«Мой муж – художник – все время повторяет, что на размер авторских отчислений жалуются в основном те авторы, которые не сотрудничают ни с одной галереей на постоянной основе. Имей вы серьезные,

профессиональные и уважительные отношения, таких жалоб просто не возникало бы. Две стороны держатся друг за друга, помогая друг другу сначала выжить, а потом и преуспеть».

Кэтрин Кларк, галерея Кэтрин Кларк (Сан-Франциско)

Чего вы вправе ждать от галереи

Галерея поможет вам организовать свою профессиональную жизнь и возьмет на себя решение основных административных проблем, а значит, у вас будет больше времени непосредственно на творчество. Она станет вашим агентом и менеджером, познакомит вас с коллекционерами, кураторами, другими галереями и журналистами. Она будет продавать ваши работы и поддерживать морально. Если в вашей жизни появляется галерея, это всерьез и надолго – ее функции не исчерпываются одним только сбытом. Она будет с вами в горе и в радости, а не только тогда, когда вы приносите горы денег.

Конечно, ваш союз не ограничивается только этим, и нужно обсудить массу вещей перед тем, как состоится открытие персональной выставки. Многие художники об этом не задумываются – они просто счастливы, что теперь у них есть постоянное место, где они могут показать свои работы. Счастливы в надежде, что к ним будут относиться со всем уважением, что их не обманут. Но если сдержать на мгновение радостные эмоции и задуматься на тем, каково это – вверить свою карьеру в чужие руки, – наверняка появятся вопросы.

Именно на них вам и нужно получить ответы в процессе переговоров, определиться, насколько оправданны ваши чаяния, ведь мало кто предложит вам толстенный том с документами, в которых будет описана каждая подробность вашего союза. Если галерея всерьез настроена работать с вами, на все эти вопросы вам ответят. И чем больше у вас страхов и опасений, тем меньше вы должны бояться спрашивать – не стоит надеяться, что все «как-нибудь решится само собой», равно как и не стоит думать, что галерея всегда будет ставить ваши интересы выше собственных.

Со многими проблемами можно столкнуться только в процессе работы, но все же ваш долг – попытаться предусмотреть все заранее. Ведь только вы можете знать, чего от себя ожидать (например, захочется ли вам самостоятельно готовить свои произведения к выставкам и ярмаркам). Говорите о таких вещах заранее.

Мы уже рассказывали о подобных проблемах в десятой главе. В принципе, они могут возникнуть и при долгосрочном сотрудничестве – с той лишь разницей, что здесь речь идет о куда более важных и серьезных отношениях, выходящих далеко за рамки одной-единственной выставки.

А если с коллекционером договорился я, а не галерея? Разве не положено мне больше 50 %?

Нет. Вы сами-то готовы отдать галерее больше половины, если она продает ваши произведения «своим» коллекционерам?

Сопутствующие расходы

Далеко не все галереи готовы покрывать производственные затраты. Да и те, которые все-таки согласятся, подойдут к этому очень избирательно и возместят только некоторые из них, вроде печати, литя, установки или покупки особо дорогих материалов. Спросите об этом заранее, чтобы не питать напрасных надежд. (И даже если галерея обычно не оплачивает сопутствующие расходы, для вас могут сделать исключение, чтобы вы могли воплотить свои замыслы в жизнь и при отсутствии денег. Поэтому спросите обязательно.)

Впрочем, здесь есть и минусы: в такой ситуации вы не сможете выбирать продавца или поставщика услуг.

Если коллекционер тянет с оплатой, вы всегда можете попросить у галереи аванс. Скорее всего, вам пойдут навстречу, даже если подобной договоренности и не было (но только если галерея может себе это позволить). Если же покупатель платит частями, будет честно, что и вы будете получать гонорар частями – а не весь целиком, когда галерея получит полную сумму.

Пятьдесят на пятьдесят

За редким исключением галереи забирают себе половину от той суммы, которую покупатель платит за ваше произведение. Некоторые берут меньший процент за заказы – просто потому, что работа уже, считай, продана, роль галереи сводится к минимуму, да и мороки для них куда меньше (а для художника, чего уж греха таить, наоборот – мы писали об этом в одиннадцатой главе).

Сопутствующие расходы

Большинство галерей платит за рамы, поэтому, получив деньги от коллекционера, сначала возместит себе эти расходы, а потом заберет 50 % от оставшейся суммы. Отследить это достаточно легко – в счете, выставляемом покупателю, будет отдельная строчка. Допустим, у нас есть работа стоимостью 2000 долларов плюс 300 долларов за раму. В счете на общую сумму 2300 (без учета доставки и налогов), соответственно, будет две строчки. В результате вам положено 1000 долларов, галерее – 1300. Обратную ситуацию имеем, если за раму платите вы: 1300 – вам, 1000 – галерее.

Иногда галерея оплачивает и другие расходы (но подобные привилегии предоставляются далеко не каждому художнику). Вычисления здесь аналогичны: галерея сначала компенсирует себе эту сумму, а потом вы делите остаток (только отдельной строчки в счете на этот раз не будет). Возьмем фотографию за 2200 долларов. Печать стоит 200, рама – 300. В счете будет по-прежнему две строчки: 2200 за произведение и 300 за раму (опять же не учитываем налоги и транспортировку). 300 галерея заберет себе за раму, 200 – за печать, остальные 2000 вы разделите пополам.

И снова справедливо и обратное. Если вы тратите деньги на раму или что-то иное, договоритесь с галереей об этом заранее, чтобы при продаже вычесть потраченную сумму до деления дохода пополам. Большинство галерей пойдет на такую договоренность, самое главное – прийти к согласию по этому вопросу еще до продажи работы.

Скидки

Как мы уже объясняли в десятой главе, большинство галерей сходятся на скидке 10 %, рассчитывая при этом, что вы разделите с ними потери. Другими словами, вместо 50 % вы получите 45 (то есть покупатель платит 90 % от стоимости, разделив которые пополам, мы и получим 45).

Все скидки делаются только после вычета сопутствующих расходов. Опять возьмем фотографию, на этот раз за 800 долларов, за печать которой галерея заплатила 100. Скидка 10 % составит 70 долларов, а не 80. Покупатель платит 730, галерея получает 415, вы – 315.

Если галерея вдруг захочет сделать скидку больше 10 % (5 % теряете вы, 5 % – галерея) при самой ординарной продаже, делить потери вы не обязаны. То есть если коллекцио-

нер – большой друг руководства или покупает несколько работ сразу и ему поэтому решают сделать скидку 15 %, вы по-прежнему теряете 5 %. Но это правило не распространяется на скидки, предоставляемые музеям – им «положено» недоплачивать как минимум 20 %, и вы, будучи вне себя от счастья, что вами заинтересовался музей, разумеется, легко перенесете такую потерю.

Так что имейте в виду: «*не обязаны*» не всегда означает «*не будете*». Галерея может запросто потребовать от вас делить потери от любых скидок. Лучше узнать об этом заранее и подумать, хотите ли вы этого. Быть может, для вас это не так уж и важно. А может, вы решите заложить возможные потери в назначаемую вами цену.

«Разные ситуации требуют разных стратегий. Если сопутствующие расходы велики, мы выясняем, как и что будет оплачиваться, и возмещаем эти расходы в первую очередь. Иногда художники выражают готовность самостоятельно за все заплатить. Обычно это те, кто любит за всем следить и все контролировать».

Стив Генри, директор галереи Полы Купер (Нью-Йорк)

«Идя в галерею в первый раз, не стоит думать, что вам непременно оплатят все производственные расходы».

Корнелл Девитт, директор художественной ярмарки PULSE, бывший владелец галереи (Нью-Йорк)

«Мои художники выросли и эволюционировали, и вместе с ними взросло и эволюционировало и мое отношение к сопутствующим расходам. Вначале я думала, что за все должен платить автор – полностью или хотя бы частично. Он же должен отдавать себе отчет, насколько жизнеспособен тот или иной его проект, и быть готовым нести за него ответственность – в том числе и материальную. Если он не может позволить себе заплатить за что-то (и не важно, сколько это что-то стоит – 1000 или 300 000), значит, произведение нежизнеспособно. Вот так я тогда рассуждала».

Андреа Розен, галерея Андреа Розен (Нью-Йорк)

«Когда на выставке кто-то покупает вашу картину, немного поздно говорить: “Подождите, мы же не обсудили скидки!” Галерист всегда исходит из предположения, что вполне может полагаться на стандартные условия: при обычной скидке 10 % половину этой суммы теряете вы, половину – он».

Стефани Джинрой, директор галереи Майкла Беневенто (Лос-Анджелес)

«Художники имеют право знать, в чьи руки попадают их работы. Сообщать это нужно в момент покупки. На определенном этапе художнику предложат выставку в музее, и куратору нужно будет знать, у кого просить экспонаты».

Розамунд Фелсен, галерея Розамунд Фелсен (Санта-Моника, Калифорния)

Авторские отчисления

Как мы уже говорили в десятой главе, галерея должна переводить вам гонорар в течение заранее оговоренного срока после того, как с ней рассчитается покупатель. Наиболее разумными вариантами видятся либо 30 дней, либо конец календарного месяца: для галереи так просто удобнее, потому что именно в эти два временных отрезка она оплачивает все свои

счета. Маленьким галереям понадобится больше времени – 45 или 60 дней, потому что в их штате обычно куда меньше сотрудников, занимающихся бумажной работой. Но если вам не платят дольше трех месяцев, это, говоря общепринятыми терминами, бред. Нет ни единой внятной причины, по которой галерея могла бы задерживать выплаты авторам месяцами, зарабатывая проценты на ваших страданиях и лишениях, пока вам приходится ночевать в мастерской, экономя на аренде квартиры.

Поэтому так важно разузнать заранее, не пользуется ли галерея дурной славой хронического неплательщика, и тщательно взвесить все за и против. Хотя мы знаем немало художников, которые закрывали на это глаза, ставя пользу от такого сотрудничества выше вероятных неудобств с задержкой гонораров.

В четырнадцатой главе мы расскажем вам, как с этим бороться (*осторожно, спойлеры*: почти никак).

Какой месяц лучше всего подходит для выставки?

Любой. Нет, правда. Все обычно почему-то выбирают сентябрь или май, но здесь больше самовнушения, чем неких объективных причин. Все художники хотят сентябрь или май, поэтому наиболее настойчивые из них выбивают себе сентябрь или май, поэтому все художники хотят сентябрь или май.

Каждый месяц имеет свои плюсы и минусы, и никогда не угадаешь, чем все обернется. Если в это время в вашем городе будет проходить ярмарка, на нее съедется немало коллекционеров, и это несомненный плюс. Минус же в том, что на этой самой ярмарке они оставят все свои деньги. Летом активность в мире искусства несколько падает – и это плохо. Но тем легче будет попасть на страницы журналов.

Составляя очередное годовое расписание, галерея обычно пытается учесть все эти факторы, как и то, какие выставки будут до и после вашей и будет ли кто-нибудь – музей или другая галерея – выставлять что-нибудь похожее в это же время. Помните, что вы не единственный, с кем сотрудничает галерея, и свои интересы она тоже старается учесть.

Поэтому лучше позвольте галерее самой со всем разобраться. А если уж расписание действительно для вас так важно, спросите, из каких соображений исходила галерея, назначая вашу выставку на конкретный месяц. Так вы поймете, какие факторы важны, а какие – нет, и, возможно, сумеете повлиять на окончательное решение.

Персональные выставки

Персональные выставки крайне важны для карьеры. Они позволяют представить свое творчество во всем великолепии его единства, прокладывая тем самым путь к совершенству. Они, как ничто другое, украшают резюме художника и подогревают интерес к нему со стороны СМИ. Да и заработать на них удастся обычно в разы больше, чем за весь остальной год.

Поэтому не постесняйтесь спросить у галереи, как часто вам будет предоставляться возможность выставляться. Обычно это происходит раз в полтора-три года (выставка при этом длится около месяца) – ровно столько, сколько нужно, чтобы о вас не забывали, но не слишком часто, чтобы не набить оскомину. Разумеется, если вы работаете мед-

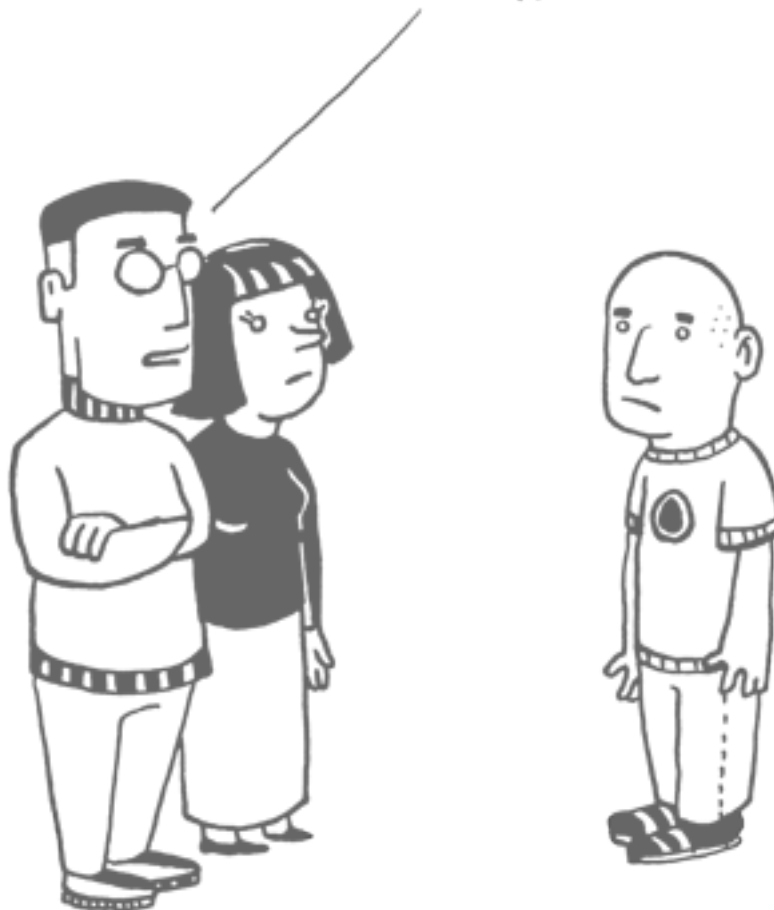
ленно или ваш проект настолько глобален, что для его завершения требуется несколько лет, выставки будут проходить реже.

Узнайте, как ваш партнер обычно рекламирует выставки. Смысл этих вопросов в том, чтобы выяснить, какова политика галереи, а не в том, чтобы выторговать к себе особое отношение. Листовки? Каталоги? Объявления? Меняется ли стратегия от выставки к выставке? Насколько обширен список контактов куратора? Подключаются ли к освещению события СМИ?

Галерея должна как минимум рассылать что-то вроде пресс-релизов – примерно за шесть-восемь недель до открытия выставки, чтобы дать журналистам и редакторам достаточно времени подготовиться. Пресс-релиз персональной выставки представляет собой описание проекта, а значит, галереи потребуется ваша помощь – от редактирования текста до полного его написания. Мы бы на вашем месте радовались, если никто не заставит вас это делать, свалив тем самым на вас всю ответственность. Но если хотите этим заняться, скажите об этом галерее. Попросите показать вам черновик как можно раньше и отметьте каждое предложение, которое вам не нравится. Ключевые слова здесь «как можно раньше»: в день открытия вносить исправления будет уже поздно.

Многие галереи рассылают коллекционерам приглашительные или пишут им на электронную почту (или делают и то и другое). Стиль и формат подобных посланий от выставки к выставке обычно не меняются – они позволяют легко узнавать конкретную галерею и выделяют ее из числа остальных. Вы, конечно, можете попросить изменить что-нибудь в стандартном шаблоне – что-то, что будет рассказывать именно о вашем творчестве, но не удивляйтесь, если вам откажут. То же относится и к каталогам, брошюрам и объявлениям. Вы получаете то же, что и остальные, то есть в данной конкретной ситуации – ничего. На это есть обоснованная причина: дороговизна рекламы (объявление на всю страницу в специализированном журнале, например, обходится весьма недешево), смысла в которой довольно мало (по крайней мере до тех пор, пока вы не станете знамениты). С пониманием к подобному предложению отнесутся, только если вы выразите желание оплатить все необходимые расходы. В этом случае галерея с радостью все подготовит и отредактирует.

**МЫ СОГЛАСНЫ ПОКАЗЫВАТЬ
ВАШИ РАБОТЫ, НО ТОЛЬКО ПРИ УСЛОВИИ,
ЧТО ВЫ БУДЕТЕ ОТДАВАТЬ НАМ
ЕЩЕ 48% ОТ КАЖДОЙ ПРОДАЖИ
СВЕРХ НАШЕЙ ОБЫЧНОЙ ДОЛИ 50%.**



«Когда я понял, что со мной собираются сотрудничать всерьез, я изменил подход к работе. Вместо того чтобы впихнуть как можно больше идей в одно произведение, я стал смотреть на каждое из них как на часть чего-то большего, некоего единого целого. Я будто начал рассказывать длинную и интересную историю, по одной главе за раз, даже не всегда зная, что будет дальше. И я рассказывал эту историю не самому себе, но всем своим зрителям, по капле добавляя новые подробности в их коллективную память – память всего Нью-Йорка, частью которого я себя ощущал».

Чарльз Лонг, художник (Маунт-Болди, Калифорния)

«Иногда пресс-релизы пишут галеристы, которым не удается заставить своих художников говорить. Я знаю немало художников, которые не способны толком рассуждать, но если уж вы не хотите говорить сами, тогда не стоит и жаловаться, что кто-то другой сделал это неправильно».

Дэвид Макги, художник (Хьюстон)

«Ходят слухи, будто галереи показывают только то, что рассчитывают продать. По мне, так это глупость чистой воды: если бы мы знали, что купят, а что нет, мы, во-первых, были бы баснословно богаты, а во-

вторых, это выглядело бы как гадание на хрустальном шаре. На деле все происходит совсем по-другому: ты сотрудничаешь с художником и настолько влюбляешься в какое-то его произведение, что для тебя оно становится самым ценным и самым значимым. И твоя работа – убедить в этом других. Иногда с тобой соглашаются и делают шаг навстречу. Иногда – нет».

Кэтрин Кларк, галерея Кэтрин Кларк (Сан-Франциско)

Обратный отсчет до персональной выставки: что должны сделать вы

За год:

- *узнать даты выставки.*

За 6–12 месяцев:

• *донести до организаторов свое видение и рассказать, какое техническое оснащение вам понадобится;*

• *предоставить организаторам изображения законченных произведений или их элементов, если работы еще не готовы.*

За 2 месяца:

• *придумать название для выставки и сообщить его галерее, сформулировать творческое кредо и подобрать изображения для пресс-релиза и рассылки.*

За 4–6 недель:

• *выбрать одно изображение для рекламных листовок и массовой рассылки;*

• *удостовериться, что все необходимое техническое оснащение имеется.*

За 1–2 недели:

• *подготовить произведения к доставке (все, кроме непросохших картин);*

• *отправить галерее обновленное резюме и творческое кредо;*

• *разослать рекламные листовки и приглашительные;*

• *сделать массовую рассылку по электронной почте.*

За 3–6 дней:

• *разместить работы в пространстве галереи.*

В день открытия:

• *прийти вовремя;*

• *вести себя профессионально.*

На следующий день:

• *поблагодарить организаторов обычным или электронным письмом.*

Обратный отсчет до персональной выставки: что должна сделать галерея

За 1–2 года:

• *запланировать сроки, поставить в известность художников и коллекционеров.*

За полгода:

• *связаться с редакторами ежемесячных изданий и зарезервировать помещение.*

За 2 месяца:

- *составить пресс-релиз и разослать его редакторам и журналистам;*
- *проработать дизайн рекламной продукции и утвердить его с вами;*
- *обеспечить наличие необходимого технического оснащения.*

За 4–6 недель:

- *проработать дизайн приглашений и напечатать их;*
- *разослать напоминание СМИ;*
- *разместить информацию о выставке у себя на сайте;*
- *нанять необходимую рабочую силу для размещения работ.*

За 3 недели:

- *спланировать доставку, связаться с коллекционерами и кураторами.*

За 2 недели:

- *разослать приглашения.*

За 1–2 недели:

- *доставить работы в галерею;*
- *составить текст массовой рассылки и сделать ее;*
- *спланировать открытие выставки и афтепати;*
- *обновить биографию, творческое кредо и резюме художника.*

За 3–5 дней:

- *демонтировать прошлую выставку и разместить произведения новой;*
- *обновить сайт;*
- *пригласить коллекционеров, кураторов и журналистов на предварительный показ;*
- *завершить все работы по размещению произведений, проверить все по спискам, убедиться в наличии и надлежащем состоянии прайс-листа, гостевой книги и раздаточных материалов.*

В день открытия:

- *провести открытие и афтепати;*
- *свести художника с журналистами и коллекционерами.*

Через (или за) 1–2 дня:

- *оформить документы и сделать снимки экспозиции;*
- *выложить на сайт фотографии;*
- *поблагодарить автора.*

Расходы на выставку

Галерея должна покрыть расходы на размещение и разборку всех ваших произведений и сама все застраховать. Некоторые (но не все) также платят за доставку (вероятность этого тем больше, чем крепче и надежнее представляется партнеру ваш союз).

Если вы живете в другом городе, вам, возможно, возместят и расходы на проезд и проживание в гостинице, чтобы вы могли лично подготовить произведения к выставке и представить их на открытии. Главное – заранее предупредить, что вы собираетесь приехать, и убедить галерею, что ваше присутствие действительно необходимо. Если последнее не получится (например, с размещением работ прекрасно справятся и без вас), ехать придется за свой счет, разве что галерея безмерно богата и неслыханно щедра.

Три причины, почему не стоит напиваться на открытии выставки

1. Можно заснуть под столом у охранника, а наутро обнаружить себя запертым в пустом помещении и обзванивать сотрудников, чтобы вас оттуда вызволили.

2. Можно упасть лицом в салат на самом интересном месте в разговоре с коллекционером.

3. Можно забыть кредитку у бармена, и за ваш счет напьются все гости. Это все реальные истории, кстати.

Галерея, конечно же, будет рада, если вы всеми силами станете рекламировать свою выставку, и поймет, если в этот месяц вы будете заходить к ним куда чаще обычного. Однако даже в этот волнительный для вас период не стоит забывать о нуждах самой галереи. Например, самый насыщенный заботами день для сотрудников – это суббота, поэтому по субботам лучше не надоедать им и не отвлекать от работы. В конце концов, это в ваших же интересах.

Открытие выставки и афтепати

Организация выставки и все связанные с ней расходы ложатся на плечи галереи. Повторим еще раз: не стоит ждать к себе какого-то особого отношения. Если на персональных выставках других художников не предлагают шампанское и закуски, не будет их и на вашей. Многие галереи организуют после открытия вечеринку – афтепати. Кто будет за это платить и сколько можно пригласить гостей, зависит от конкретной галереи, поэтому не помешает узнать все детали заранее.

Не отчаивайтесь, если на открытии выставки вам не удастся продать ни одной работы. Большинство сделок заключается либо до, либо после открытия и только очень небольшой процент – во время. Равно как и не стоит отчаиваться, если публика не особо будет разглядывать работы: это мероприятие нужно больше для того, чтобы поддержать вас и дать информационный повод. Люди приходят на открытия, чтобы узнать, кто вы вообще такой и откуда взялись, да пообщаться друг с другом. А вашим работам отведена роль фона.

Серьезные коллекционеры и журналисты предпочитают появляться в выставочном зале в момент анонсированного начала мероприятия и исчезать как можно быстрее – пока не собралась толпа. И это достаточно веская причина, чтобы ни на секунду не опаздывать самому.

Что если галерея не делится с художниками информацией о покупателях?

Если в галерее не принято делиться с художниками контактными данными покупателей, попробуйте решить проблему конструктивным путем. Сначала выясните мотивы. Может быть, этого не делают просто потому, что никто никогда и не просил. Попробуйте прийти к компромиссу. Если причина кроется в опасении, что вы начнете сотрудничать с коллекционерами напрямую, пообещайте этого не делать. Если это

просто нежелание делиться конфиденциальной информацией, заверьте, что не раскроете ее никому больше, да и сами не воспользуетесь без острой необходимости. Какой бы ни была причина, наверняка можно найти способ заполнить контакты покупателей.

Почти у любой галереи есть стандартная форма соглашения на передачу ваших работ другим галереям. Если вы последовали нашему совету из десятой главы и подписали договор комиссии, документов у вас будет два: первый – между вами и вашей основной галереей, а второй – между двумя галереями. Второй вам подписывать не нужно, поскольку вы не имеете к нему отношения.

Изображения

Галерея оплачивает услуги фотографа (снимки работ размещаются на сайте галереи плюс фотографируется открытие выставки). Попросите эти снимки.

Заранее, конечно же: ждать последней минуты, чтобы посмотреть фотографии – не лучшая идея, потому что, если вам не понравится, времени переснимать уже ни у кого не будет. Если вам нужны конкретные снимки или вы считаете, что сами вполне способны достойно справиться с этой задачей – вперед! Но только не в последний день.

Документы

Галерея должна предоставлять копии всех документов, так или иначе связанных с вашими произведениями. Делают они это либо раз в год, либо по требованию. Что это за документы:

- перечень работ, находящихся в галерее;
- их снимки и фотографии с выставки;
- прайс-листы;
- тексты пресс-релизов;
- рекламные материалы;
- информация о продажах;
- контактные данные покупателей.

Относительно последнего пункта: казалось бы, что плохого в том, чтобы автор знал, кто приобрел его произведения? Тем не менее тут могут возникнуть проблемы. Некоторые галереи (и очень многие) почему-то не хотят делиться подобной информацией. И озвучивают при этом сотни причин и оправданий: мол, они не хотят, чтобы коллекционеры вам досаждали, чтобы вы проворачивали сделки за их спиной, а в один прекрасный день, разорвав с ними отношения, увели с собой всех клиентов. Ни одна из этих причин не может послужить поводом для отказа. Это просто нечестно (а кое-где, кстати, еще и незаконно).

Конечно же, галереи всегда очень щепетильно относятся ко всякого рода документам, но иметь копии (самые свежие) никогда не помешает.

«Лучше всего, когда художник честен и открыт в общении с галереей, когда ему всегда можно позвонить и обсудить возникшую проблему. Это самый простой способ избежать недопонимания. Если художник сотрудничает с несколькими галереями, он должен быть честен и открыт в общении с каждой, воспринимая их как равных себе – не выше и не ниже».
Стив Заваттеро, галерея Маркс и Заваттеро (Сан-Франциско)

«Мир искусства – это как клан Сопрано. Только здесь никого не убивают. Непрерывающаяся борьба за власть и отстаивание собственных интересов. Если галерея берет под свое крыло конкретного художника и начинает работать на его имя, естественно, она вправе рассчитывать на определенный процент от каждой продажи через посредника. Обычно это 10 % – не столько заработок, сколько демонстрация уважения».

Шейн Кэмпбелл, галерея Шейна Кэмпбелла (Чикаго)

Ярмарки

Все издержки, связанные с участием ваших произведений в ярмарке (включая доставку и страховку), несет галерея. Как и в случае с выставкой, если нужно ваше личное присутствие, вам покроют все расходы (конечно, только пока длится ярмарка: если вы захотите остаться подольше, платить за это придется уже самому).

Сотрудничество с другими галереями

Галерея будет вашим эксклюзивным представителем. И значит, с другими галереями *в этом же городе* вы работать не должны, по крайней мере напрямую – любое подобное сотрудничество должно происходить только при посредничестве вашего эксклюзивного представителя. Чем серьезнее и крепче ваш союз, тем шире география этого посредничества. Вот как это работает: вы передаете свои произведения основной галерее, которая, в свою очередь, передает их другой (с вашего разрешения, разумеется).

Если речь идет о групповой выставке, комиссию они разделят между собой, вы же получите свои законные 50 %. То есть если работа стоит 2000 долларов, 1000 достанется вам, вторая – будет поделена между галереями. При стандартном посредническом вознаграждении 10 % основная галерея получит 200 долларов, галерея-продавец – 800 (чем крупнее галерея-посредник, тем большее вознаграждение она потребует – вплоть до 50 %). Потери от скидок обычно берет на себя галерея-продавец, но имейте в виду, что вас могут попросить разделить это бремя – в размере не большем, чем был оговорен с основной галереей.

У того, что вы доверяете кому-то всем управлять, есть существенный плюс: кто-то действительно всем управляет. И логистикой, и страховкой, и авторскими отчислениями, и возвращением непроданных работ. Минус же в том, что вы в куда меньшей степени будете контролировать свои отношения с продавцом.

Если речь идет о персональной выставке, галерея-посредник в большинстве случаев будет точно так же брать процент от продажи переданных произведений. Если выставка пройдет успешно, велика вероятность, что в дальнейшем вам будет позволено работать с продавцом напрямую, без посредника и дополнительной комиссии. Некоторым художникам такая перспектива вполне по душе, другие, напротив, предпочитают избавить себя от лишней головной боли в виде административной работы, доверив ее посреднику за определенный процент.

Между основной галереей и всеми, кому она передоверяет ваши работы, должны быть подписаны соответствующие договоры (даже если в отношении своих художников они это не практикуют).

«Мы никогда не потребуем, чтобы покупатель вернул нам приобретенное произведение, но всегда даем понять, что будем рады, если нас будут держать в курсе его дальнейшей судьбы и дадут

возможность выкупить его обратно. Большинство коллекционеров, кстати, так и поступает. Не все, конечно, но очень многие».

Стив Генри, директор галереи Полы Купер (Нью-Йорк)

«Мы всегда пытаемся объяснить коллекционерам, что в нашем деле есть неписанные правила. Вернее, не столько правила, сколько ожидания. Когда я только начинала работать, никто не ждал, что коллекционер, решивший перепродать купленное им произведение, будет делать это через галерею. И дело не в возможной выгоде, которую ты можешь получить, продав работу с аукциона, но в простом чувстве вины: ведь покупал-то ты ее в расчете на пополнение своей коллекции, на то, что она останется у тебя навсегда, ты даже и не думал ее продавать. Так насколько, должно быть, будет смущен художник, узнав, что ты хочешь от нее избавиться! В такой ситуации желание действовать в обход галереи вполне понятно.

Конечно, каждый имеет право делать то, что ему хочется, исходя при этом из каких угодно соображений. Но сейчас считается, что лучшим решением для коллекционера, которое удовлетворит интересам всех, будет принести произведение обратно в галерею, где он его когда-то купил».

Андреа Розен, галерея Андреа Розен (Нью-Йорк)

Выставки в музеях

Если вас пригласят выставить свои работы в музее, галерея, опять же, возьмет на себя функции посредника. Будет решать все вопросы, о которых мы писали в одиннадцатой главе, займется печатью каталогов, доставкой, логистикой и оформлением документов. Вам же останется работа над содержательной частью и общение с куратором, что не менее важно, особенно если это персональная выставка.

Не забудьте удостовериться, что между галереей и музеем есть подписанный обеими сторонами договор, в котором особо оговорено, что галерея представляет ваши интересы. Именно подписанный – устной договоренности здесь недостаточно.

Чего не стоит ждать от галереи (ну разве если только очень повезет)

Преимущественное право на приобретение

Представим себе ситуацию, что коллекционер, купивший несколько ваших произведений, вдруг разоряется и в отчаянной попытке выкарабкаться из безденежья начинает распродавать предметы искусства. Допустим, что его положение настолько скверно, что приходится продавать за предложенную цену, а не за столько, сколько в свое время заплатил он сам. Для вас такая ситуация крайне нежелательна, ведь подешевеют не только эти конкретные произведения, но и все прочие. Это отразится на вашей репутации.

Другая ситуация. Коллекционер надеется подзаработать, выставляя ваши произведения на аукцион вместо того, чтобы попытаться продать их через галерею. Если его расчет верен, цены на ваши работы подскочат, и довольно сильно. Куда сильнее, чем вы с галереей рассчитывали, исходя из целого ряда соображений, вроде вашего места в искусстве и значительности коллекций, в которых присутствуют ваши работы. К тому же вы никак не сможете проконтролировать, кто именно купил то или иное произведение, а значит, можно забыть о праве одалживать его для выставок.

Если же расчет коллекционера неверен, работы застрянут у аукционистов, и рано или поздно о них заговорят как о никому не нужных. На восстановление репутации потребуются годы. Исключить такие ситуации можно одним способом: попросите галерею выторговать у коллекционера «преимущественное право на приобретение» – то есть он будет обязан предложить работы в первую очередь вашей галерее (или же она выступит посредником в их продаже). Это позволит отслеживать их перемещение от собственника к собственнику и контролировать цены.

Но опять же не стоит ждать особого отношения: если галерея не практикует это в отношении других художников, вряд ли она станет делать это с вами. Впрочем, уточнить этот нюанс все же стоит.

Почему расставание с галереей – это очень ответственный шаг, который нужно тщательно взвесить

«Один из художников как-то решил, что я продаю его работы недостаточно активно. Мол, другой галерист сказала ему, что ей очень нравятся его работы, и он понял это так, что ему стоит бросить меня и уйти к ней. Совершенно не разобрался в ситуации! Мы с ней дружили, поэтому она ему отказала. Позвонила мне, извинялась за него, зарекалась его показывать.

Он же имел наглость заявиться ко мне и проситься обратно. Разумеется, я сказал: “Ну уж нет, изззвините”».

Анонимно

Хорошее порой заканчивается

Не каждый брак становится счастливым. Иногда наступает такой момент, когда вы понимаете, что вам будет лучше врозь. Если вы подошли к этой черте, заканчивайте отноше-

ния так же, как и начинали, – максимально профессионально и цивилизованно. Поговорите с галереей. Объясните свое видение ситуации. Вряд ли вы кого-нибудь удивите – не в мгновение же ока все случилось и не вы один чувствовали неладное. Возможно, вам даже удастся со всем разобраться. Но даже если не удастся, для всех будет лучше внимательно проанализировать ситуацию и расставить все точки над «і», нежели просто исчезнуть из жизни друг друга, даже не попрощавшись.

«Уверен, что, если художник решается поменять галерею, от этого выигрывают все. Когда я только начинал, я думал: “Я буду стоять за этих людей до самой своей смерти!” Ничего подобного. Идеалистические надежды, не имеющие никакого отношения к реальности».

Грег Кучера, галерея Грега Кучеры (Сиэтл)

«Если к вам приходит художник и честно и открыто рассказывает, почему он уходит и куда, не переживайте и не жалуйтесь. Не на что жаловаться. Конечно, это большое разочарование, но художник-то поступил профессионально и отнесся к вам со всем уважением».

Хизер Тейлор, галерея Тейлор де Кордова (Лос-Анджелес)

«Это бизнес. Выживание. И цель его – финансовый успех обеих сторон. Я могу сколько угодно обожать работы какого-нибудь художника, но, если мне некому их продавать, думаю, будет вполне справедливо и честно предложить ему поискать другого галериста».

Джеймс Харрис, галерея Джеймса Харриса (Сиэтл)

«Художники как приходят, так и уходят – очень по-разному. У меня были в основном личные беседы, когда вы с полуслова понимаете друг друга. Это нелегко, но вы расстаетесь друзьями и можете даже сотрудничать время от времени. Но бывает и совсем по-другому, если верить рассказам знакомых. Факт, что вы не сработались, а ваши ожидания относительно друг друга не оправдались, еще не означает, что художник ни на что не годится или что его работы недостойны галерей. Просто именно наши отношения могли быть ошибкой».

Мэри Ли Черри, галерея Черри и Мартина (Лос-Анджелес)

«Каждая галерея сама выбирает, как вести себя в таких ситуациях. Если художник понимает, что выбор моей галереи был не самым правильным решением, и верит, что в другом месте все будет иначе, я могу только искренне пожелать ему успеха».

Розамунд Фелсен, галерея Розамунд Фелсен (Санта-Моника, Калифорния)

«Если художник собирается уйти, ему нужно просто заглянуть ко мне и сказать, что именно ему не нравится. Или все нравится, но он хочет попробовать другую галерею. Я не обижусь ни капельки, если он так поступит. А вот если после многих лет поддержки и тяжелой работы мне присылают коротенькое письмо – не важно, по электронной или обычной почте – это выводит из себя».

Я организовывала первую выставку одной очень известной художницы. Через много лет после этого она пришла ко мне в кабинет и сказала, что уходит в другую галерею. Это было смело, вежливо

и исполнено уважения ко мне и всему, через что мы вместе прошли. До сих пор безмерно благодарна ей за это».

Шошана Бланк, галерея Шошаны Уэйн (Санта-Моника, Калифорния)

Глава 14

Договор о постоянном сотрудничестве

Как вы, надеемся, помните из десятой главы, базовый договор комиссии регулирует условия краткосрочного сотрудничества. В нем утверждается, что вы согласны отдать, а галерея согласна принять на конкретный срок конкретные произведения. В двенадцатой же и тринадцатой главах мы рассказывали о некоторых дополнительных обстоятельствах, которые возникают, когда ваш союз с галереей становится более прочным и приобретает статус постоянных отношений (эксклюзивность, персональные выставки, прямые продажи – это если вкратце).

Все эти обстоятельства не учитываются в договоре комиссии, поэтому, как нам кажется, если вы с галереей намереваетесь двигаться вперед, вам нужно оформить документ иного рода – договор о постоянном сотрудничестве. Положения договора комиссии входят в договор о постоянном сотрудничестве, поэтому, кроме последнего, вам ничего составлять и подписывать не понадобится. Единственное, что нужно будет делать, – каждый раз обновлять перечень произведений, который вы передаете галерее. Условия же, на которых эта передача осуществляется, в договоре уже сформулированы.

Составляя шаблон документа, будьте максимально аккуратны и осмотрительны: на постоянной основе подобное соглашение заключают единицы (договоры комиссии куда более распространены). Некоторые – очень немногие – галереи выражают готовность пойти на это, если того попросит художник. Большинство же не особенно жалуют подобную практику, а иные – и многие – относятся к ней откровенно враждебно, поэтому *никогда* не подписывают принесенный вами договор. В других сферах дело обстоит иначе: для писателей, драматургов, музыкантов, актеров, как и почти всех остальных профессионалов от искусства, соглашение о постоянном сотрудничестве, подписанное их агентами или менеджерами, – дело вполне привычное. Ни одной по-настоящему веской причины, по которой галерея, которая, по сути, и есть ваш агент (равно как и менеджер, и арт-дилер), могла бы вам в этом отказать, не существует.

«Слово “договор” звучит как-то очень зло, словно все непременно перессорятся да передерутся. “Соглашение” – другое дело: в нем чувствуется гармония отношений. Хотя на деле это, само собой разумеется, одно и то же.
Тед Кроуфорд, юрист, публицист, издатель (Нью-Йорк)

«Мне нравится название “Соглашение между галереей и художником”. “Договор” – это как-то слишком круто для начинающих авторов. Я не имею ничего против самой такой практики, но когда я им говорю об этом... Видели бы вы, насколько круглыми и испуганными становятся их глаза и как тихо и смиренно они начинают себя вести!»
Лорен Молина, владелица и директор галереи Bank (Лос-Анджелес)

«Когда между вами и галереей возникает конфликт, разрешается он обычно путем диалога. Основу для этого диалога создает как раз таки договор. Поэтому, даже если вы твердо намерены никогда не обращаться в суд, потратьте время и наметьте те точки соприкосновения, относительно

которых и будете достигать компромисса при возникновении спорной ситуации».

Донн Зарецки, юрист в области искусства, коллегия Джона Сильбермана; писатель, блог Art Law (Нью-Йорк)

Отговорок, впрочем, существует масса, и в ходе работы над этой книгой мы наслушались их вдоволь. Оказалось, что в мире искусства никто толком не понимает, что такое договор о постоянном сотрудничестве, для чего он заключается, что означает для подписывающих его сторон, как он называется и почему столь мало людей к нему прибегают. Чтобы ответить на все эти вопросы, мы собрали в этой главе наиболее распространенные объяснения, которые давали нам профессионалы. И не менее распространенные заблуждения, на которых эти объяснения основаны.

«Основная причина, по которой художник и галерея решают разойтись, заключается в том, что они не смогли в свое время сесть и обо всем договориться. А потом, когда в один прекрасный момент возникает проблема, оказывается, что у них нет и никогда не было взаимопонимания по поводу того, как ее решать».

Эдвард Уинклман, галерея Уинклмана (Нью-Йорк)

Одно лишь желание заключить договор повлечет за собой открытое и плодотворное обсуждение того, чего вы и галерея ждете от сотрудничества.

1. *«Если художник пишет мне “Вот как я понимаю основы наших с вами отношений...”, я радуюсь. А если он приносит договор, я, вероятнее всего, не стану с ним сотрудничать».*

Так вот, письмо, в котором говорится о «понимании» отношений между художником и галереей – то есть, по сути, взаимные обязательства, – *и есть* договор. И тот факт, что он составлен в форме письма, а не обычного скучного документа, не делает изложенные в нем положения необязательными к исполнению (и юридическую силу это «письмо-соглашение», как назовут его адвокаты, имеет ничуть не меньшую, чем типовой договор).

Слова «соглашение» и «договор» значат здесь абсолютно одно и то же. Устное соглашение – это устный договор, письменное соглашение – это письменный договор. Следовательно, и «письмо-соглашение» – это договор, поэтому фраза вроде «я не хочу заключать договор, а вот соглашение, достигнутое путем переписки, меня вполне устроит» просто лишена смысла. С точки зрения закона они ничем не отличаются друг от друга, пусть и выглядят по-разному.

Множество художников и галеристов с пренебрежением относятся к слову «договор», почитая его чем-то недостойным и говоря вместо этого «соглашение». Зовите его как хотите – «письмо», «документ», да хоть «Чарли» – сути это не изменит.

2. *«Не буду я ничего подписывать, потому что не хочу быть связанным по рукам и ногам».*

Можно быть связанным по рукам и ногам, даже ничего не подписывая, – это называется «устный договор». Ведь это, по сути, обещание (вернее, *взаимные* обещания), и не обязательно заканчивать юрфак, чтобы знать, что обещания нужно выполнять, даже если они нигде не записаны.

Когда вы начинаете сотрудничать с галереей на постоянной основе, она обещает устраивать вам выставки и продавать ваши работы, вы же в ответ обещаете отдавать ей половину от заработанных денег, не выставляться в других галереях того же города и прочее. Даже если вы не записываете всего этого, вы заключаете «устный договор». Это все равно дого-

вор, и обе стороны обязаны выполнять его условия. Посудите сами: если галерея продаст работу, а вам не заплатит, вы же не скажете «А, ну ладно, ничего страшного – у меня же нет бумажки, где *написано*, что они обязаны мне платить?»

В случае с устными договоренностями камнем преткновения становится их расплывчатость и неопределенность. Вместо того чтобы в деталях обсудить каждое условие сотрудничества, вы можете просто махнуть на что-то рукой, полагая, что галерея и так это делает (все ведь делают), а потом через несколько месяцев выяснить, что галерея об этом даже и не подозревала. Или вы просто неправильно что-то поймете. Или заявите, что вам что-то пообещали, а галерея этот факт будет отрицать. Поэтому подписанное соглашение все же лучше устного.

«В конце договора с художником мы всегда пишем: “Любая из сторон настоящего договора вправе расторгнуть его в одностороннем порядке, предупредив об этом другую сторону не позднее чем за тридцать дней”. Если вы не хотите со мной работать, не заставляйте себя – так будет лучше нам обоим. Если я не хочу с вами работать, я, в свою очередь, не буду заставлять себя – так тоже будет лучше нам обоим. Я сторонник быстрых решений и легкого расставания. Договор нужен не для того, чтобы размахивать им перед лицом художника и вопить “Вот здесь! Вот здесь это написано!”, а потом как можно сильнее усложнить ему жизнь. Равно как и не для того, чтобы защититься от желающих усложнить жизнь нам. Он просто очерчивает границы, в которых мы сосуществуем, и сводит к минимуму риск недопонимания».

Грег Кучера, галерея Грега Кучеры (Сиэтл)

«Для каждого художника мы готовим свой договор, ведь каждая ситуация индивидуальна. С тем, например, кто экспериментирует с новыми медиа, мы прежде всего обсуждаем вопросы, связанные с оборудованием, инсталляцией и техобслуживанием его работ, – все то, что куда менее важно (или вовсе не важно, когда дело доходит до продажи) для более традиционных видов изобразительного искусства вроде живописи или рисунка. И галерея, и художник может изменить условия договора перед тем, как его подписывать».

Лорен Молина, владелица и директор галереи Bank (Лос-Анджелес)

3. *«Я бы все подписал, только вот художник не хочет».*

Галеристы жалуются, что это все из-за художников. Художники жалуются, что это все из-за галеристов. Кто прав? И те и другие. Одни галереи готовы подписывать договор, другие нет. Точно так же обстоит дело и с художниками. Не стоит думать, что все галереи как одна настроены против документального оформления постоянных отношений. Если вам нужен договор, просто попросите об этом.

4. *«Отношения между художником и галереей основаны на доверии. Договор это доверие разрушает».*

Нельзя перестать доверять кому-то лишь потому, что условия вашего взаимодействия из звуков стали буквами. Наоборот, процесс составления договора может перерасти в обсуждение, из которого в свою очередь рождается доверие: вы с собеседником учитесь понимать друг друга, разбираться во взаимных мотивах и предугадывать реакцию партнера.

5. *«Это же все равно что брачный контракт – если ты его составляешь, значит, не веришь, что брак продлится долго».*

Помните, в двенадцатой главе мы сравнивали сотрудничество между художником и галереей с браком? А помните, мы говорили, что не так уж они и похожи? Вот это и есть тому доказательство. Вы можете любить свою галерею всем сердцем, но вы же *не женитесь*, в конце-то концов. Вы не нужно жить вместе, не нужно налаживать быт, не нужно переезжать во Флориду, когда ваша галерея постареет. Вы делаете бизнес.

Можете быть друзьями. Заботиться друг о друге. Доверять друг другу. Но вот «покуда смерть не разлучит нас» – все же немного не из этой оперы.

6. *«Не хочу тянуть эту лямку год за годом. Мне нужна свобода – чтобы я имел возможность уйти, если что-то пойдет не так».*

А вы и *не обязаны* «тянуть лямку год за годом». И никакой договор не в силах заставить вас эту обязанность на себя принять. Там же не прописываются никакие сроки, он может действовать столько, сколько нужно вам, и разорвать эти отношения вы вольны в любую минуту.

Серьезно, так и напишите: договор имеет силу до тех пор, пока его условия устраивают обе стороны. А когда перестанут устраивать, любая из сторон в любой момент может его расторгнуть. Можете установить «испытательный срок» или «срок для расторжения» – месяц или два, чтобы быть уверенным, что галерея не бросит вас накануне персональной выставки (или, наоборот, вы не бросите галерею в ответственный момент).

«Я считаю, что договор нужен не для того, чтобы разжигать споры, а для того, чтобы их предотвращать. Есть художники, которые их не жалуют, но меня всегда удивляет, когда я слышу, что начинающий автор и только что открывшаяся галерея не хотят ничего подписывать».

Корнелл Девитт, директор художественной ярмарки PULSE, бывший владелец галереи (Нью-Йорк)

«Очень важно прописать в договоре, кто какие расходы несет. Стоит заговорить о деньгах – и количество всяческих недоразумений резко возрастает. Если у вас есть прижимистый знакомый, попробуйте пригласить его в ресторан и оплатить чек в складчину, и сами все увидите: он ведь достанет калькулятор и радостно сообщит, что он наел на 15 долларов и 95 центов, а вы – на 16 долларов 42 цента. Любой нормальный человек просто отдаст двадцатку, чтобы не ломать себе голову со всей этой мелочью. Недопонимание – верный и вечный спутник финансовых отношений».

Ли Коннер, галерея современного искусства Коннер (Вашингтон)

7. *«Все художники такие разные, и отношения с ними очень разные. Никакой договор не вмещит в себя все нюансы сотрудничества».*

Договор составляется не для того, чтобы предусмотреть все возможные накладки, но для того, чтобы обе стороны были уверены: об основных условиях своего союза они договорились, а значит, таких накладок будет меньше. Одной-двух страниц, на которых выражена готовность обеих сторон искать компромисс и понимать друг друга в самых разных ситуациях, пусть и не предусмотренных договором, вполне достаточно, чтобы решить любую проблему. Вы бы действовали точно так же, даже если бы никакого документа не было и в помине.

8. *«В этой писанине сам черт ногу сломит».*

Отчасти это, пожалуй, правда. Договоры обычно пишутся тяжелым юридическим языком с множеством лингвистических ловушек, подводных камней и мудреных синтаксических конструкций, которые нормальный мозг в жизни не переварит (все эти «стороны при-

нимают во внимание», «в соответствии с настоящим договором», «в засвидетельствование вышеизложенного» – и это ведь только самые простые фразы!). Но ведь так его писать вовсе необязательно – подойдет и обычный человеческий язык, что бы ни твердили юристы.

9. *«Я не могу себе позволить услуги юриста».*

Чтобы составить черновик договора, юрист вам и не нужен: именно для этого мы и делимся с вами образцами (конкретно договор о постоянном сотрудничестве – в конце этой главы). Можете смело ими пользоваться. Просто покажите свой вариант юристу, занимающемуся отношениями в области искусства, чтобы быть уверенным, что он соответствует ситуации и не противоречит законам места вашего проживания.

«В договоре обозначены основы основ – тот минимум, на который могут рассчитывать обе стороны. Никаких завышенных требований или заоблачных ожиданий. Наименьший общий для нас знаменатель. Самое меньшее, что может принести нам сотрудничество».

Грег Кучера, галерея Грега Кучеры (Сиэтл)

«Думаю, большинство моих коллег об этом просто не задумывается. Отношения между художником и галереей завязываются на уровне простого человеческого общения, из-за чего ты просто забываешь, что это в первую очередь бизнес и уже потом – дружба».

Тамара Гейер, художница (Нью-Йорк)

10. *«Я никогда не буду судиться с галереей, а галерея никогда не будет судиться со мной. Так зачем нам договор?»*

А дело вовсе и не в том, пойдете вы в суд или нет, – договор подтверждает, что вы с галереей находитесь «на одной волне» (если можно назвать «волнами» строчки для подписей). Он помогает облечь ожидания в словесную форму, остерегает от противозаконных действий в отношении друг друга, позволяет избежать недопонимания и рассказывает, как именно вы должны решать возникающие в процессе сотрудничества проблемы. Просто у людей очень короткая память. Мы хорошо помним только самые приятные для нас события. И даже эти воспоминания склонны приукрашивать. Когда дело доходит до того, что нужно вспомнить какую-нибудь деталь, обсуждавшуюся три года назад, вполне возможно, что вы с галереей будете помнить ее по-разному. А вот к письменному соглашению можно обратиться в любой момент. К тому же здесь есть психологический момент: иногда, чтобы мотивировать человека все же сдержать свое обещание, бывает достаточно просто показать ему собственную подпись под этим обещанием.

11. *«Начинающим художникам это не по карману».*

Да, чем больше денег поставлено на карту, тем охотнее люди заводят разговор о письменном соглашении. Но это не значит, что его не нужно заключать лишь потому, что речь идет о незначительных суммах. Подумайте вот о чем.

Во-первых, для вас – это все равно *большие* деньги. Галерея почти наверняка захочет показать *все* ваше творчество. Поэтому не так уж важно, сколько оно приносит в год – 5000 долларов или 500 000 – договор распространяется на *все*, и 100 % в таком случае – это действительно много.

Во-вторых, как мы уже не раз писали, договор нужен для того, чтобы оправдать ожидания и избежать недопонимания. Уже этого вполне достаточно, чтобы начать работать над черновиком.

«Уважаемая галерея»

Вы всегда можете оформить договор о постоянном сотрудничестве в виде письма (бумажного или электронного). Выглядит это куда более доброжелательно и куда менее формально. Но вам все еще нужна подпись представителя галереи (или ответное письмо с фразой «мы согласны»), иначе в случае конфликта партнер просто скажет, что никогда ваши условия и не принимал.

Образец договора о постоянном сотрудничестве

Надеемся, нам удалось вас убедить, что никакого вреда от договора нет – наоборот, одна сплошная польза. Теперь можно и посмотреть на наш образец.

Как и в случае с образцами договоров комиссии или заказа, вы можете (и даже должны) исправлять его по своему усмотрению, добавляя, убирая или корректируя те или иные условия. Возможно, вы с галереей договоритесь о чем-то, о чем мы не упомянули. Или, наоборот, будет несколько обязательств, которые вы посчитаете излишними. Это всего лишь образец, а не готовая для заполнения форма. Он для того и составлялся, чтобы его меняли.

И напомним еще раз: подавляющее большинство галерей с большой неохотой подписывают такого рода документы, и мы прекрасно понимаем, что наш образец вам, вполне вероятно, вовсе не понадобится. Но нам хотелось бы надеяться, что рано или поздно это станет общей практикой, и тогда наш труд в этой его части окажется ненапрясным.

**НУ И, КОНЕЧНО ЖЕ, НАШ ДОГОВОР
БУДЕТ СЧИТАТЬСЯ НЕДЕЙСТВИТЕЛЬНЫМ,
ЕСЛИ ВЫ СОЗДАДИТЕ НЕЧТО,
ЧТО БУДЕТ НЕ ПО ЗУБАМ НАШИМ
КОЛЛЕКЦИОНЕРАМ.**



Договор о постоянном сотрудничестве

между

_____ («Я»)	_____
Имя художника	Адрес
и	
_____ («Галерея»)	_____
Галерея	Адрес

1. Я поручаю Галерее быть своим эксклюзивным посредником в _____ [название города/региона] в вопросах продажи созданных мной Произведений искусства («Произведений»).
2. В случае если одна из сторон считает для себя более невозможным выполнять условия настоящего договора, он теряет силу в момент получения второй стороной соответствующего уведомления. В этом случае Галерея обязуется вернуть мне непроданные Произведения не позднее чем через _____ дней с момента расторжения настоящего договора. Все невыплаченные суммы должны быть выплачены в течение _____ дней. Настоящий договор действует в течение _____ лет. Его действие автоматически возобновляется, если ни одна из сторон не возражает против этого.
3. Галерея обязуется действовать в моих интересах, а также прилагать все возможные усилия для успешной продажи моих Произведений. Галерея несет ответственность за все расходы, связанные с продажей и продвижением моих Произведений.
4. Я обязуюсь разместить на своем сайте информацию о Галерее как своем эксклюзивном посреднике и использовать ее название при каждом случае публичной демонстрации своих Произведений. Я также обязуюсь периодически передавать Галерее обновленные версии своих резюме, биографии и прочих подобных документов. В случае получения мной предложения о выставке от другой галереи, я должен буду уведомить об этом Галерею до принятия решения.
5. Продажа моих Произведений осуществляется на условиях комиссии. По каждому факту получения новых Произведений Галерея должна предоставить мне копию накладной, составленной по образцу перечня передаваемых Произведений. Галерея ведет учет всех передаваемых мной Произведений и предоставляет мне копии всех связанных с ними документов один раз в календарный год (или по требованию). Галерея также несет расходы на фотографирование выставленных Произведений и предоставляет мне цифровые копии данных фотографий.
6. Произведения передаются Галерее исключительно на условиях комиссии (не продажи) до тех пор, пока стороны не договорятся об ином. Каждое из передаваемых Произведений должно быть внесено в накладную по каждому факту передачи. Сроки комиссии каждого конкретного Произведения могут быть изменены по договоренности сторон.
7. Галерея обязуется продавать Произведения по ценам, означенным в перечне Произведений. Цена на каждое конкретное Произведение может быть изменена по письменному согласию сторон до факта его продажи. В случае если Галерея передает Произведения на комиссию другой организации:
 - А. Я получаю _____% от стоимости каждого из них за вычетом сопутствующих расходов.
 - Б. Я выражаю готовность нести потери в прибыли в размере 50% при скидке _____%.
 - В. Сопутствующие расходы на Произведение будут оплачены в размере 100% вне зависимости от того, какая из сторон возмещает эти расходы.
8. Галерея обязуется сообщить мне о факте продажи, пожертвования или передачи Произведения на комиссию или во временное пользование не позднее, чем через неделю. Галерея также обязуется вести всю необходимую документацию, связанную с вышеперечисленными

- фактами, и представлять мне отчет один раз в календарный год (или по требованию). Отчет должен включать следующего рода информации: даты, название Произведения, стоимость, имя и контактные данные покупателя (получателя, заемщика) и прочее, имеющее значение для меня или Галереи.
9. Галерея обязуется не доставлять Произведение покупателю до факта полной его оплаты. Авторские отчисления должны быть выплачены в течение _____ дней после оплаты клиентом покупки. Помимо этого, Галерея предоставляет мне имя и контактные данные покупателя. Галерея также обязуется не совершать никаких сделок с Произведениями без моего на то согласия. Галерея обязуется возвратить все непроданные Произведения после окончания срока их комиссии.
10. Я обязуюсь упаковать все передаваемые Произведения для транспортировки их в Галерею; Галерея обязуется упаковать все Произведения для транспортировки их в указанное мной (или покупателем — в случае, если они проданы) место. _____ [Я или Галерея] готов (а) оплатить все расходы, связанные с доставкой Произведений в галерею и из галереи, и их страхованием на случай потери или порчи в процессе транспортировки. _____ [Я или Галерея] готов (а) оплатить все расходы, связанные с доставкой Произведений в Галерею и из Галереи и их страхованием на случай потери или порчи в процессе транспортировки. Все расходы на доставку Произведений для участия их в ярмарке и обратно и их страхование на случай утери или повреждения в процессе транспортировки несет Галерея.
11. Галерея несет полную ответственность за сохранность Произведений, пока они находятся в ее распоряжении. Галерея оплачивает услуги по страхованию Произведений (в соответствии с указанной в перечне стоимостью каждого Произведения) на случай их потери или порчи на время их нахождения в ее распоряжении. Галерея не имеет права перемещать Произведения за пределы своей территории без предварительного согласования со мной. В случае повреждения или утери Произведения во время его нахождения в распоряжении Галереи — или вследствие его перемещения за пределы своей территории без моего согласия, — Галерея обязуется выплатить мне сумму, равную авторским отчислениям в соответствии с указанной в перечне стоимостью. В случае повреждения Произведения заказчик обязуется за свой счет провести работы по его восстановлению, предварительно согласовав со мной реставратора.
12. Галерея предоставляет мне возможность проведения персональной выставки (длительностью как минимум один календарный месяц) каждые _____ год (а)/лет. При проведении персональной выставки Галерея обязуется:
- А. Подготовить пресс-релиз и рекламную продукцию.
 - Б. Разместить Произведения перед выставкой и собрать их после выставки (в соответствии с переданными мной инструкциями).
 - В. Согласовать со мной все вопросы, связанные с курированием выставки и размещением Произведений.
 - Г. Организовать и провести открытие выставки.
 - Д. Оплатить услуги фотографа по созданию репортажа с выставки.
 - Е. Обеспечить наличие следующих дополнительных материалов:

_____.
13. Галерея обязуется обеспечить защиту моих авторских прав на передаваемые ей Произведения. Оставляя за собой все права на копирование своих Произведений, я тем не менее разрешаю Галерее использовать изображения переданных Произведений в рекламных или иных, связанных с выставкой, целях с обязательным указанием моего имени на каждом экземпляре. Изображения, публикуемые в прессе, должны сопровождаться подписью «С разрешения [мое имя] и [название Галереи]».
14. Действие настоящего договора распространяется только на те Произведения, работа над которыми закончена в период его действия. Настоящим я гарантирую, что на момент передачи Произведений они находятся в моей собственности, все авторские и смежные права на них принадлежат мне. Передача Произведений на комиссию тем самым производится на законных основаниях. Право собственности на каждое Произведение, передаваемое Галерее, сохраняется за мной до момента получения мной полной суммы авторских отчислений, после чего переходят покупателю. Я не связан ни напрямую, ни опосредованно с любыми фактами займа Галереей денежных средств и не несу ответственности перед ее кредиторами. Галерея обязуется не предоставлять кредитору мои Произведения в качестве залога, а также не допускать их ареста или любой другого удержания их третьими лицами. Я понимаю, что Галерея не гарантирует продажу вышеперечисленных Произведений. Договор автоматически прекращает свое действие в случае моей смерти или признания Галереей

неплатежеспособной. Настоящим стороны подтверждают, что достигли полного взаимопонимания по всем условиям данного договора. Любые изменения в условия настоящего договора могут быть внесены только с письменного согласия обеих сторон. Галерея не может передавать свои права и обязанности, предусмотренные условиями настоящего договора, третьему лицу без моего письменного на то согласия. В случае признания судом любого положения настоящего договора не соответствующим нормам права остальные его положения считаются соответствующими этим нормам до тех пор, пока не будет доказано обратное. Отказ от предъявления претензии о неисполнении одного из условий настоящего договора не означает отказа от предъявления претензий о неисполнении остальных его условий. Условия настоящего договора не могут быть истолкованы в мою пользу или, наоборот, в ущерб моим интересам (или в пользу Галереи или, наоборот, в ущерб ее интересам) лишь потому, что Я или Галерея (или законный представитель одной из сторон) готовили его черновую версию. При возникновении любого спора, предметом которого будет являться ненадлежащее исполнение или неисполнение сторонами условий настоящего договора, сторона, признанная проигравшей, обязана возместить все сопутствующие юридические расходы.

Дата _____

Подпись автора

Подпись представителя Галереи

Имя прописью

Перечень произведений

Автор _____
(имя и адрес автора)

НАЗВАНИЕ, ГОД МАТЕРИАЛЫ ИЛИ НОСИТЕЛИ, ТИРАЖ РАЗМЕРЫ ИЛИ ДЛИТЕЛЬНОСТЬ	СТОИМОСТЬ
	СОПУТСТВУЮЩИЕ РАСХОДЫ (ОБРАМЛЕНИЕ И ПРОЧ.)
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	
6.	
7.	
8.	

_____ получил на комиссию все вышеперечисленные работы.
(Наименование и адрес галереи)

Настоящий договор имеет силу в период со дня подписания до _____.

_____ Дата

_____ Имя прописью

Бомбардировка заказными письмами

Один наш знакомый художник при малейшей задержке оплаты отсылал в галерею письмо с требованием немедленно перевести деньги. Причем не простое, а заказное. И тотчас же волшебным образом получал заветный чек.

Защита прав

Так что же вы можете сделать, если галерея поступает с вами непорядочно? К сожалению, немного, если только это не афера десятилетия или у вас в кладовке нет мешка денег.

Нет, определенные процедуры, конечно, есть, и мы расскажем вам об этом через пару минут. Но, выбрав этот путь, вы рискуете остаться у разбитого корыта, заплатив куда большую, нежели планировали, цену: узнав о ваших разбирательствах (в том числе и судебных), другие галереи могут отказаться от идеи сотрудничества с вами. А они *непременно* узнают.

Вы же вполне можете разрешить все разногласия в процессе мирных переговоров – для этого обычно достаточно пары спокойных и дружелюбных бесед. Если убедить партнера не получается, предложите компромисс. Делайте все возможное, чтобы решить проблему, не вынося сор из избы.



Если же не выходит и этого, придется решать: махнуть на все рукой или добиваться своего. И решать это придется вам и только вам – основываясь на собственных личных качествах, наличии или отсутствии полезных связей и сути проблемы. Если ваш выбор – идти

до конца, найдите адвоката (причем такого, который практикует именно в области искусства) и проконсультируйтесь относительно возможных путей развития событий. Это еще не объявление войны и не означает, что завтра вы пойдете в суд. Это всего лишь попытка понять, что происходит и какой шаг должен быть следующим.

«Обращение в судебные инстанции за помощью – вопрос исключительно практический. Все это стоит денег, и немалых. Перед тем как предпринять конкретные действия, нужно тщательно взвесить все за и против. Во-первых, покроет ли присужденная сумма все ваши расходы. Во-вторых, как процесс повлияет на вашу репутацию (ведь о вас будут говорить, что с вами совершенно невозможно иметь дело).

Смысл договора в том, что стороны обязуются выполнять данные друг другу обязательства и не доводить дело до суда. Жулики же останутся жуликами вне зависимости от того, есть ли на какой-то бумажке какая-то закорючка или нет».

Тед Кроуфорд, юрист, публицист, издатель (Нью-Йорк)

«В проекте договора мы обычно пишем: “При возникновении любого спора, предметом которого будет являться ненадлежащее исполнение или неисполнение сторонами условий настоящего договора, сторона, признанная проигравшей, обязана возместить все сопутствующие юридические расходы”. Это значительно укрепляет вашу позицию. Галерист уже не может сказать: “Ну, давай, засуди меня. Ты же больше потратишь, чем заработаешь”. А если и скажет, вы всегда сможете ответить: “Ага, только потратить придется не мне, а вам”. Но работает это в обе стороны, поэтому художник должен четко осознавать, что, если он сам относился к договору недобросовестно и при этом идет в суд, велик риск закончить процесс, оплачивая счета ответчика».

Донн Зарецки, юрист в области искусства, коллегия Джона Сильбермана; писатель, блог Art Law (Нью-Йорк)

Каждая ситуация индивидуальна и потому требует своего подхода. Может, стоит еще раз попробовать убедить галерею, на этот раз в форме письма (составленного с помощью адвоката, конечно же) – иногда это производит большее впечатление. Или же попросите адвоката написать такое письмо от вашего имени. Это уже предупредительный выстрел, поэтому не поступайте так, если рассчитываете когда-нибудь снова выставляться в этой галерее.

Если письма ни к чему не привели, можно попробовать прибегнуть к практике медиации²⁶. Выглядит это как очередная встреча с представителями галереи в присутствии незаинтересованного лица – человека, который будет направлять ваш диалог в сторону столь необходимого компромисса. Но дело это добровольное, а значит, вы не сможете принудить галерею к участию в этом диалоге, равно как и к принятию нужного вам решения.

Если медиация не помогает, а в суд идти все же не хочется, ваш выбор – третейское разбирательство. Начать его можно добровольно, а вот решение – обязательно для исполнения в степени ничуть не меньшей, чем решение суда. Стоить это будет немало (дороже даже, чем обращение в суд), а гарантии вы не получаете никакой, поэтому мы бы не советовали

²⁶ Медиация – одна из технологий альтернативного урегулирования споров с участием третьей, нейтральной, беспристрастной, не заинтересованной в данном конфликте стороны – медиатора, который помогает сторонам выработать определенное соглашение по спору. При этом стороны полностью контролируют процесс принятия решения по урегулированию спора и условия его разрешения. – *Прим. пер.*

вам к этой практике прибегать (впрочем, тут вам больше поможет адвокат, чем мы, – он-то будет знать все обстоятельства дела).

Ну и крайняя мера – это суд. Думаем, нет нужды говорить, что без адвоката тут не обойтись. Если речь идет о крупной сумме, можно нанять специалиста на условии, которое называется «гонорар успеха», то есть свое вознаграждение он получит только при удачном исходе дела (вплоть до трети от той суммы, которую вам присудят). Но чем дольше идет процесс, тем больше будет сумма, указанная в счете за адвокатские услуги, поэтому вполне вероятно, что ваше дело могут счесть попросту невыгодным, чтобы браться за него на условии «гонорара успеха».

Если же вы воспользуетесь нашим образцом договора, вы сможете нанять очень хорошего специалиста и нужда в «гонораре успеха» отпадет за ненадобностью. Ведь у вас будет документ, в котором написано, что в случае судебного разбирательства проигравшая сторона обязана покрыть все расходы, в том числе – и на вашего адвоката. Это решает проблему «невыгодности» (если, конечно, ваши шансы достаточно высоки). Но и это не лучший выход из ситуации, потому что вас наверняка попросят оплатить счета заранее, чтобы не зависеть от исхода. (И не бегайте в суд по каждому пустяку: как мы уже говорили в десятой главе, нет никакой гарантии, что вы не проиграете и не окажетесь должны галерее и ее адвокатам огромные суммы.)

Вот и все

В начале книги мы обещали рассказать вам о том, как вести себя на каждом этапе своей творческой карьеры. А еще мы честно вас предупреждали не верить всему, что тут написано. Это может показаться странным, но закончить мы хотели бы тем же, чем и начинали.

Мир искусства огромен и густо населен. В центре его обитаете вы – художники. Знали бы вы, как мы завидуем вашему таланту! Столь же сильно и горячо, как и поддерживаем ваше желание вступить на этот нелегкий путь. И главное наше пожелание таково: играйте по своим правилам и действуйте исключительно в своих интересах. Ведь сколько на свете художников, столько же и путей к успеху. (И столько же определений этого самого успеха.) Мы надеемся, что все прочитанное хоть как-то облегчит вам жизнь и сэкономит время, которое можно (и нужно) посвящать самому главному – искусству.

Ну и напоследок – удачи вам!

Благодарности

Прежде всего – низкий поклон Алексис Цимбалист и Риши Бхандари за их искреннюю любовь и поддержку. Без вас все было бы намного хуже!

Мы в неоплатном долгу перед Ричардом Либнером и Полом Федорко за то, что они привели нас к нашему замечательному агенту (и верному другу) Мелиссе Флешман. А еще перед Уайли О’Салливан, нашим неутомимым редактором из издательства Simon & Schuster. Большущее спасибо Риши Бхандари, Ари Мельбер, Барбаре Мельбер и Энн Тарантино за то, что так внимательно читали черновик этой книги.

Ну и, конечно же: спасибо Кемми Роулнер, Майклу Гринблатту и Джессике Векслер за их видение, нашим семьям – за советы и поддержку (в особенности Дэну Мельберу, Линде, Кевину, Мариссе и Эрину Дарси, а также Наташе, Энил, Рохиту, Рие и Рейне Бхандари).

Робу Картеру, Монике Герман, Стивену Серджованни, Кортни Стримпл и Пейдж Вест – за их вклад в эту книгу и ту серьезность, с которой они к ней отнеслись. Всем художникам галереи Mixed Greens, прошлым и настоящим, – за все, чему они научили Хизер. Некоммерческой галерее NURTUREart – за ее дух. До-Хо Су и Бонни Коллур – за то, что Хизер всегда хотелось работать с художниками. Эрин Сирси – за долгие прогулки по Челси.

Питеру Парчеру и Стиву Фореста – за то, что столь многому научили Джонатана (в том числе и сосредотачиваться на деталях, не упуская при этом из виду общую картину).

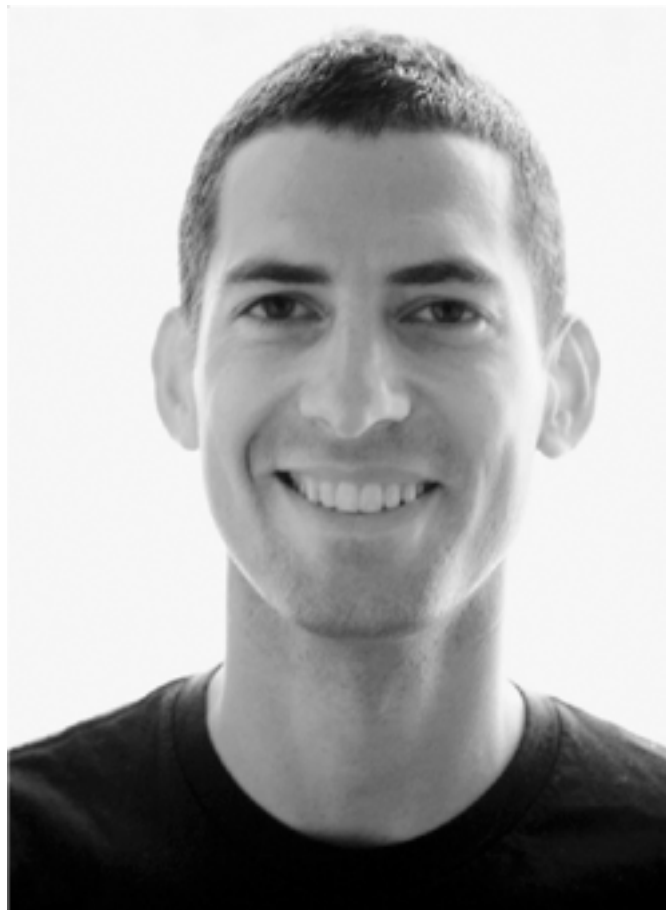
И, наконец, вот все те люди, которые нашли время на то, чтобы побеседовать с нами, и которым мы безмерно за это благодарны:

Джордж Адамс	Лори Фестенберг	Найт Лэндсмен	Дэвид Салмела
Хелен Аллен	Говард Фонда	Мелисса Левин	Лиза Шредер
Крис Баллантайн	Лора Фрид	Сара Льюис	Джонатан Шварц
Шошана Бланк	Франческа Фукс	Чарльз Лонг	Гови Селайман
Криста Блетчфорд	Элисон Гасс	Хизер Маркс	Джаспер Шарп
Тим Блум	Тамара Гейер	Дэвид Макги	Франклин Сирманс
Сабрина Бьюэлл	Дэвид Гибсон	Моник Мелеш	Эми Смит-Стюарт
Йэн Кэмпбелл	Массимилиано Джони	Лорен Молина	Джессика Смолински
Шейн Кэмпбелл	Микаэла Джованнотти	Шамим Момин	Джозеф Смолински
Роб Картер	Мишель Грабнер	Ив Мошер	Шеннон Стреттон
Мэри Ли Черри	Джеймс Харрис	Джонатан Т. Д. Нил	Хизер Тейлор
Кэтрин Кларк	Джой Харви	Ли Оутс	Фред Томаселли
Ли Коннер	Джо Хейвел	Стас Орловски	Ким Уорд
Тед Кроуфорд	Стив Генри	Мурат Орозобеков	Бенджамин Уэйл
Майкл Дарлинг	Бен Хейвуд	Эмилио Перес	Хиллари Видеман
Билл Дэвенпорт	Сесили Хортон	Йоахим Писсарро	Тони Уайт
Блейн де Сент-Круа	Керри Инман	Андреа Поллан	Элинон Уильямс
Корнелл Девитт	Кевин Янковски	Мелисса Поттер	Клинт Уиллаур
Стефани Даймонд	Стефани Джинрой	Джон Расмуссен	Эд Уинклман
Питер Эли	Майкл Джу	Тревор Риз	Майкл Йодер
Энн Илгуд	Келли Клаасмайер	Сара Рейнольдс	Донн Зарецки
Алессандра Экспозито	Грег Кучера	Сара Джо Ромеро	Стив Заваттеро
Розамунд Фелсен	Джейсон Лар	Андреа Розен	

Об авторах



Хизер Дарси Бхандари – директор по связям с художниками нью-йоркской галереи Mixed Greens. Курировала около 70 выставок, в которых приняло участие более 20 авторов. Читает лекции на факультете изобразительных искусств Брауновского университета, входит в совет бруклинской некоммерческой галереи NURTUREart, поддерживающей начинающих художников и кураторов. Член Нового альянса арт-дилеров и Американской ассоциации искусства колледжей. Была сопредседателем сообщества искусств ArtTable. Неоднократно принимала участие в просмотрах портфолио, входила в составы различных комиссий. Бакалавр искусств (Брауновский университет), магистр изящных искусств (Университет штата Пенсильвания). До работы в Mixed Greens сотрудничала с нью-йоркскими галереями Sonnabend и Lehmann Maupin.



Автор фотографий — Коук Уиздом О'Нил.

Джонатан Мельбер в течение нескольких лет работал с художниками, галереями и коллекционерами в качестве адвоката, в том числе и на общественных началах. В 2009 году начал сотрудничать с площадкой электронной коммерции «20x200» в качестве директора по развитию. Писал статьи о юридических аспектах искусства для интернет-издания The Huffington Post. На момент создания книги работает коммерческим специалистом отдела контента медиа-ресурса Hulu. Бакалавр философии (Брауновский университет), доктор права (юридический факультет Нью-Йоркского университета). Во время обучения работал редактором в журнале Law Review.