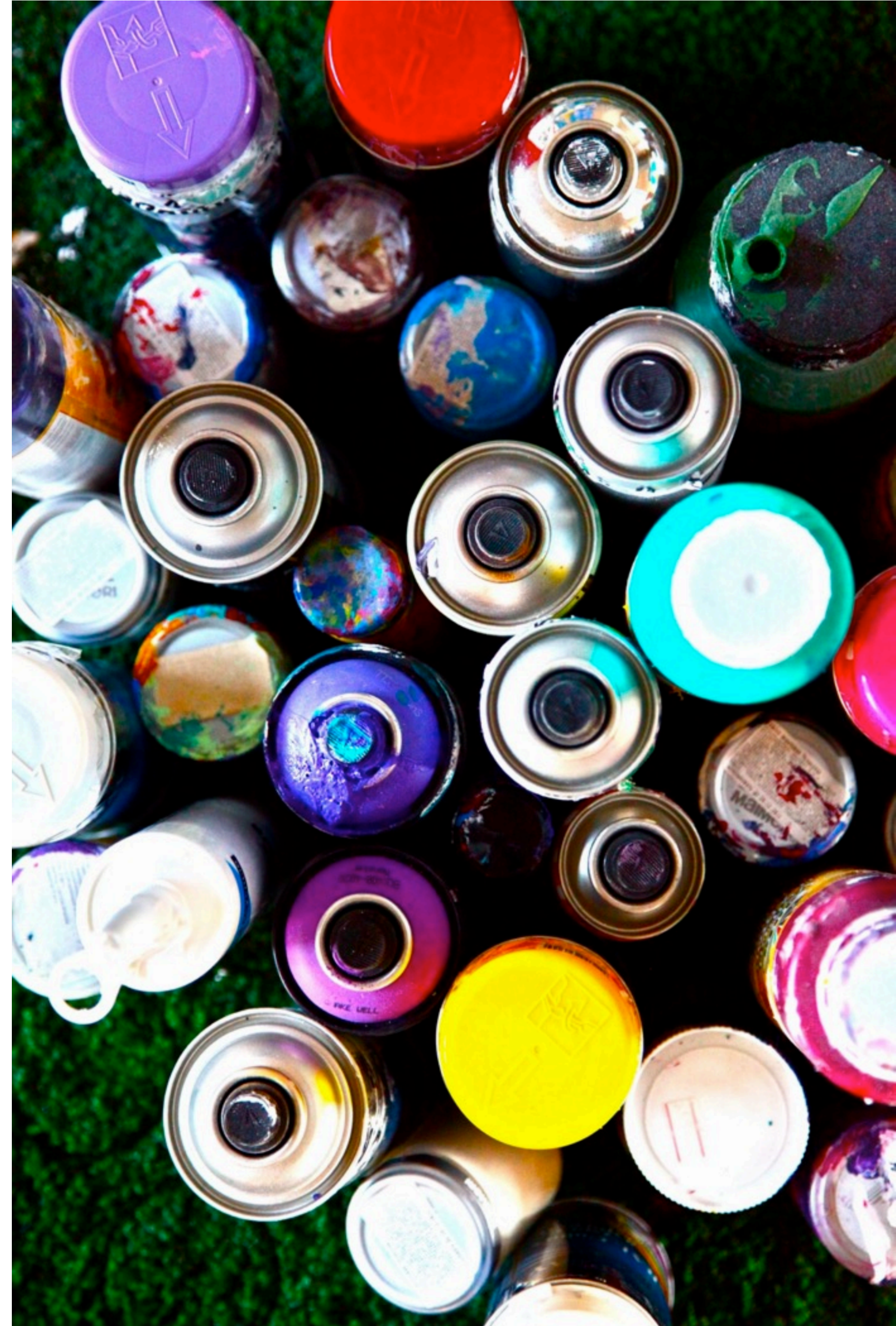


ИСКУССТВО
САМОПРЕЗЕНТАЦИИ:

Художник и Рынок

Книжный клуб «Петровский»,
8 сентября 2013 года

Денис Белькевич, 2013



ЧТО ТАКОЕ SELF-PROMOTION?

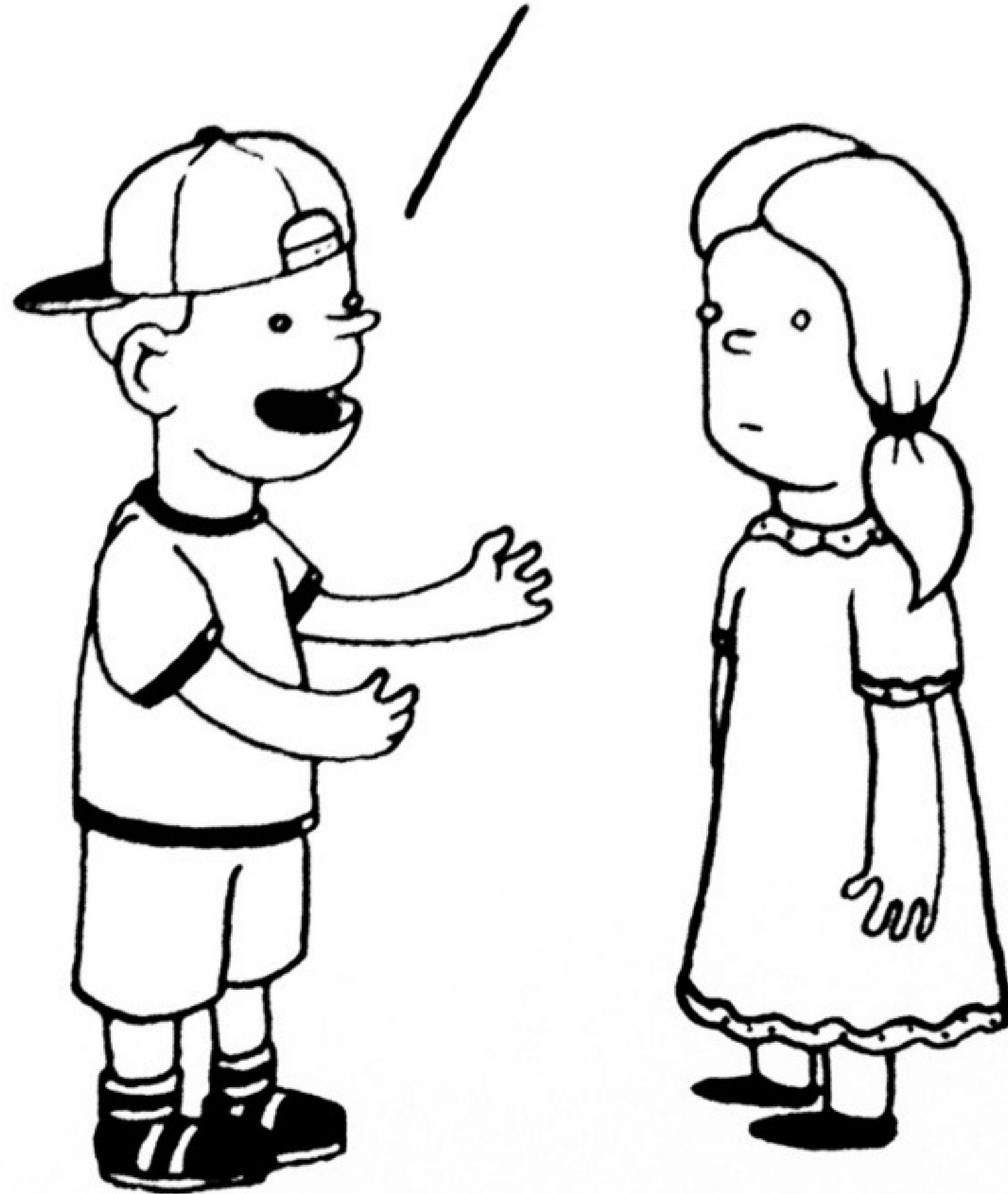
I'M GONNA WEAR MY
PAINT SPLATTERED PANTS
TO THE OPENING SO
EVERYONE WILL KNOW
I'M AN ARTIST.



I. Самоидентификация

**Кто я? Обоснование с творческими
целями**

WHEN I GROW UP
I WANNA' BECOME A
PERFORMANCE ARTIST
AND PUT EVERYDAY
OBJECTS INTO MY
ANUS.



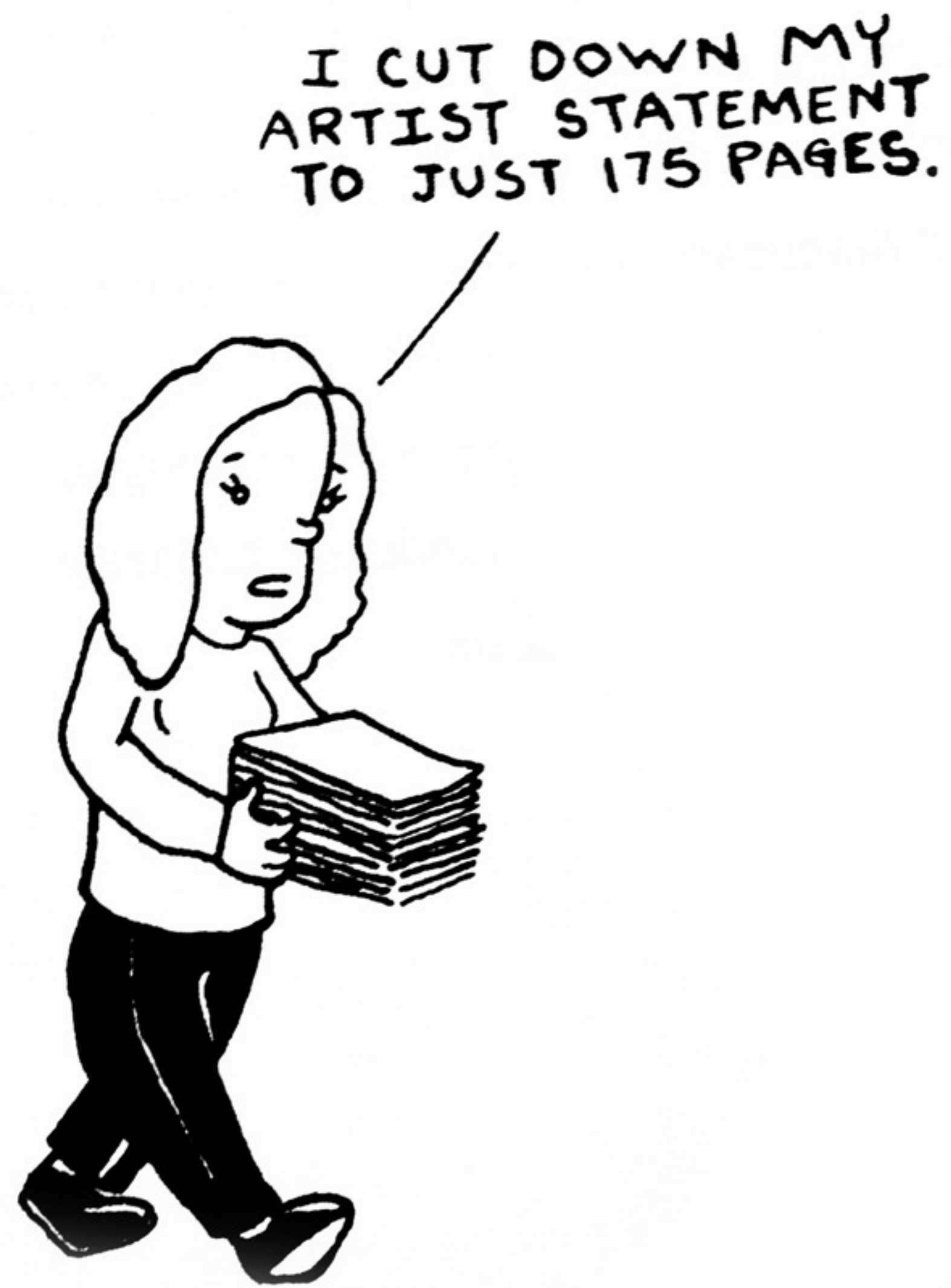
II. Ваши активы

I ALWAYS ENJOY RANDOM
STRANGERS WANDERING
THROUGH MY STUDIO
HOPING TO FIND A PLATE
OF RITZ CRACKERS.



- тайм менеджмент
 - домашняя студия
 - отдельная студия
 - заботы, бумажные дела
 - инвентаризация
 - фотографии работ
 - регистрация авторского права
 - пресса
 - контакты
 - планируем затраты
 - юридическое лицо
-

III. Резюме (презентация)



- КОНТАКТЫ
 - образование
 - персональные выставки
 - групповые выставки
 - резиденции
 - награды, гранты
 - пресса
 - частные коллекции
 - другой опыт
-

Ispyart






www.ispyart.com

ispyart.com Login | Create account

free online art portfolio & artist website

paypal integration - 0% sales commission - unlimited art uploads - unique url - marketing tools - growing artist community -
easy customisation - monthly competitions

[search art](#) | [art news](#) | [artists](#) | [top rated art](#) | [rate art](#) | [forum](#) | [contact](#) | [sign up](#)

Hell
by Rachel Derkowitz

Heaven and Hell
by Rachel Derkowitz

Peano-Denic
by Morgan Treiber

Artists

Art portfolio and artist website features include

<p>unique artist url</p> <p>yourname.ispyart.com is automatically created for you</p> <p>sell art online</p> <p>your portfolio is automatically integrated with paypal</p> <p>artist community</p> <p>rate art and send messages to other artists</p> <p>marketing tools</p> <p>newsletter manager, automatic tweets, facebook & social media integration</p>	<p>unlimited art portfolio uploads</p> <p>There are no restrictions to the amount of art you can upload</p> <p>0% commission on art sales</p> <p>ispyart takes no comission on any work you sell</p> <p>easy customisation</p> <p>Create your own banner, edit your websites text</p> <p>monthly competitions</p> <p>top rated art per month is specially featured on ispyart</p>
---	---

Art Buyers

Search art for sale

art mediums

All Painting Sculpture Print Making
 Mixed Media Drawing Photography

art categories

All Landscape Figurative Nature
 Still Life Abstract Architectural Places

price

Any < 250 < 500 > 500

currency

£ (GBP) \$ (USD) € (EUR)

[Search](#)

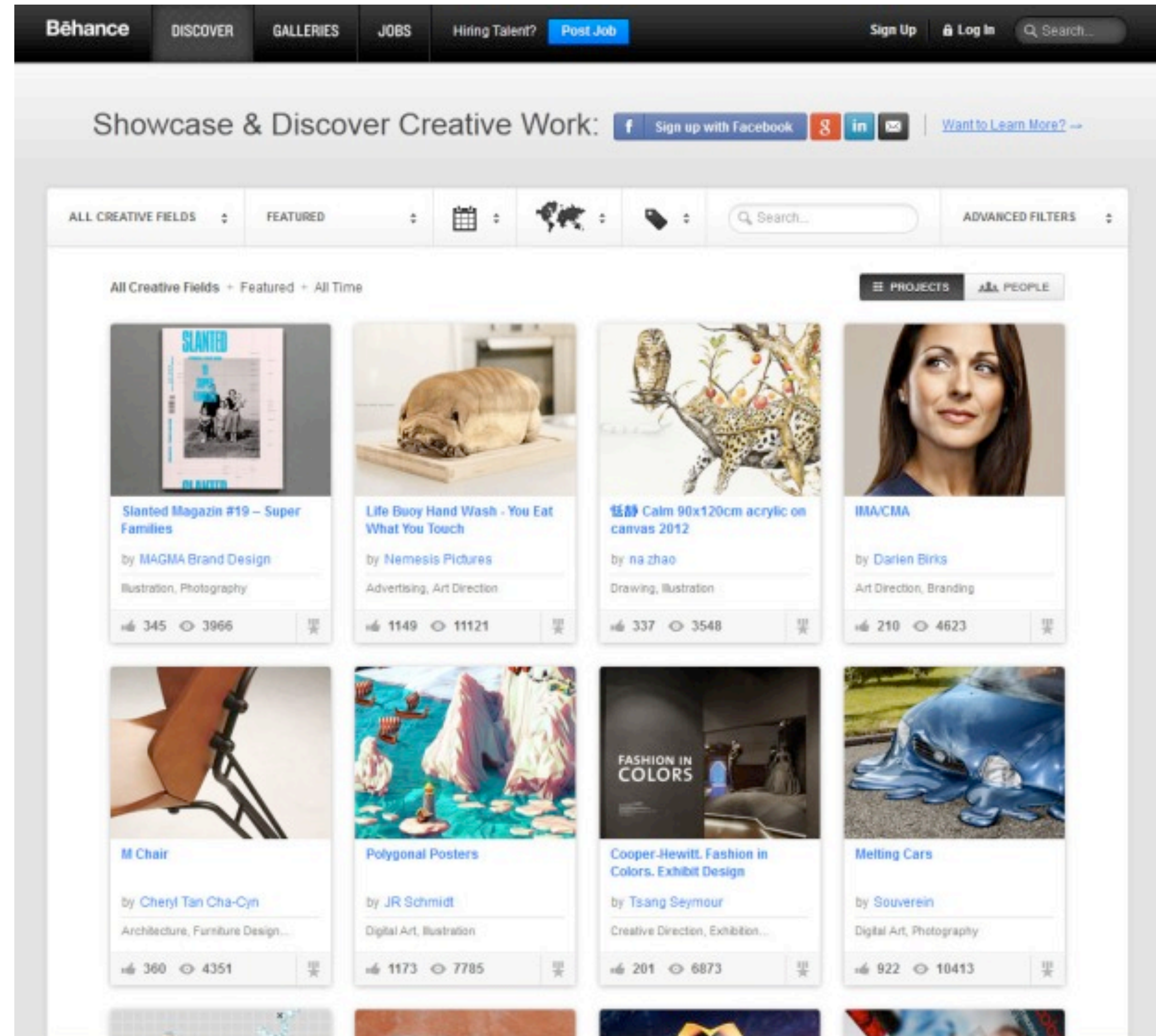
Top rated art from August

11 rated by community members



Behance

www.behance.net



Artspan
www.artspan.com

The screenshot shows the Artspan website homepage. At the top right, there are navigation links: HOME | JOIN US | ABOUT | LOGIN. Below these is a search bar labeled "Search Image Archive" with a play button icon. The main navigation menu includes: SEARCH, ARTISTS, PHOTOGRAPHERS, ARTISANS, JEWELERS, FEATURED MEMBERS, DIRECTORIES, and FORUM. The main content area features a row of four images: a person holding a dark object, a bust with a floral crown, a person in a patterned jacket, and a bust with a tall, thin crown. Below this row are two columns of content. The left column is titled "Artists, Photographers, Artisans & More" and contains a grid of search options: Search Artspan (Find artwork by type), Regional Directory (View artist by location), Category Search (Artspan member by category), Artist By Name (Artists listed alphabetically), Featured Members (Selection of featured artists), and Portals Directory (Categorized collections of art). Below this grid is an "Articles" section with two entries: "EPISODE: Change" and "The Importance of Being Active". The right column is titled "ARTSPAN PICKS" and contains a grid of nine small art images. To the right of this grid is a "SHORTCUTS" section with links: Join Artspan, Media Kit, Forum, Search Artspan, and Art By Category. At the bottom right, there is a red graphic with the text "Artists Join HERE" and a red illustration of a person in a top hat.

HOME | JOIN US | ABOUT | LOGIN

Search Image Archive

artspan contemporary art

SEARCH ARTISTS PHOTOGRAPHERS ARTISANS JEWELERS FEATURED MEMBERS DIRECTORIES FORUM

Artists, Photographers, Artisans & More
ARTSPAN IS HOME TO 4,000 CONTEMPORARY ART WEBSITES

Search Artspan
FIND ARTWORK BY TYPE

Regional Directory
VIEW ARTIST BY LOCATION

Category Search
ARTSPAN MEMBER BY CATEGORY

Artist By Name
ARTISTS LISTED ALPHABETICALLY

Featured Members
SELECTION OF FEATURED ARTISTS

Portals Directory
CATEGORIZED COLLECTIONS OF ART

Articles

EPISODE: Change
HOW DO ARTISTS RESPOND TO A WORLD IN FLUX? IN WHAT WAYS DO ARTISTS ACT AS AGENTS OF CHANGE, AND WHAT KINDS OF AESTHETIC CHOICES DO THEY MAKE TO EXPRESS IT? THIS EPISODE FEATURES ARTISTS WHO BEAR WITNESS, THROUGH THEIR WORK, TO TRANSFORMATION/CULTURAL, NAT

The Importance of Being Active
FROM GUERRILLA ARCHITECTURE TO RADICAL POLITICS, SOCIALLY AWARE ART IS AN INCREASINGLY COMMON RESPONSE TO VIOLENT TIMES.

ARTSPAN PICKS
SELECTED MEMBERS WORLDWIDE

Artists Join HERE

SHORTCUTS

Join Artspan
Media Kit
Forum
Search Artspan
Art By Category

BROWSE ARCHIVAL PIGMENT PRINTS

Artician

www.artician.com

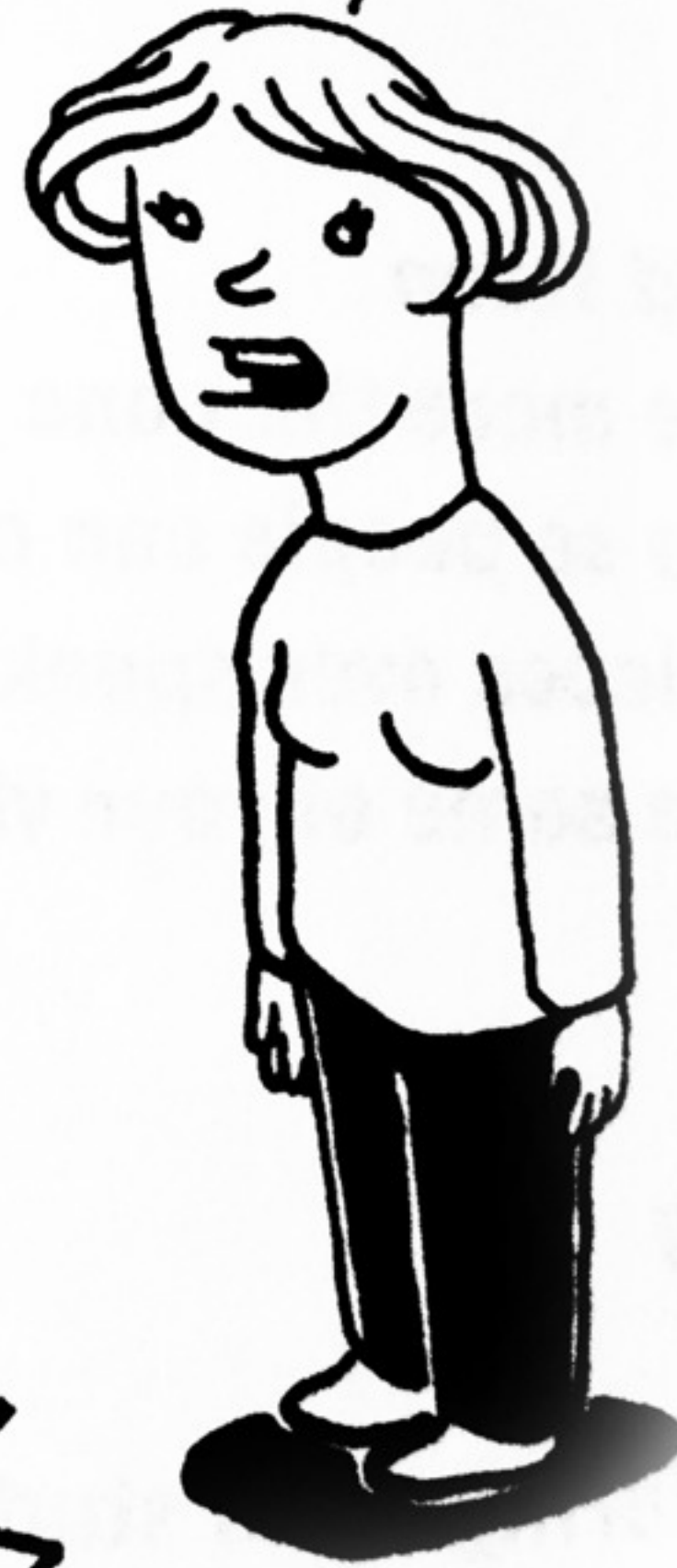
The screenshot displays the Artician website interface. At the top, a navigation bar includes links for 'Submit', 'Browse', 'Community', 'Magazine', 'Discuss', 'More', 'Search', 'Login', and 'Sign Up!'. Below this, a banner promotes the platform as a 'powerful platform for creative professionals' with 'Sign Up Now' and 'Take a Tour' buttons. The main content area is titled 'Browse' and features a grid of 30 featured art pieces, each with a title and a small thumbnail image. The art pieces include various styles such as digital art, photography, and design. To the right of the main grid, there is a sidebar with a login form (Username, Password, Login, Sign Up, Login Settings), a section for 'Artician with Artician today!', and several promotional banners for Adobe Creative Suite 4, GraphicRiver, and other services. At the bottom of the page, there are several partner logos including iStockphoto Discount, DigitalFlow, and psdphotoshop, followed by a grid of links for 'Artician', 'Information', 'Browse', 'Community', 'Discuss', and 'Magazine'.

IV. Пресс-клиппинг

POWERFUL.



YES... QUITE
POWERFUL.



V. Вебсайт и другие идентификаторы

IF YOU TOOK THE
TIME TO READ MY
BLOG YOU'D KNOW
THAT MY WORK IS ABOUT
MULTI-ETHNIC CULTURES
AND NOT ABOUT GLOBAL
DIVERSITY.



- кто Ваша аудитория?
- домашняя страница
 - контакты
 - изображения
 - CV
 - биография
 - ссылки
- никаких финансов и цен!

далее:

- блоги
 - ВИЗИТКИ
-

Удачные примеры визитных карточек



CHRISTOPHER SIMS

Post Office Box 509
Efland, North Carolina 27243
919.357.4411 mobile
chris.sims@alumni.duke.edu
www.christopherwsims.com



Photography

Joyce P. Lopez

1147 W. Ohio St. #404
Chicago, IL 60642
312/243-5033

joyce@joycelopez.com
www.joycelopez.com

Не самые удачные примеры визитных карточек



Kyohei Abe
www.kyoheiabe.com



Kyohei Abe
www.kyoheiabe.com



VI. Впускаем людей в студию

AFTER WE'RE DONE
PERHAPS YOU'D LIKE
TO STOP BY MY STUDIO
AND SEE MY NEW PAINTINGS.



VII. Резиденции и гранты



- ПОЗИЦИЯ ХУДОЖНИКА
 - ПОЗИЦИЯ ГРАНТОДАТЕЛЯ
 - КАК ПИСАТЬ ГРАНТ?
 - ТАБЛИЦА ГРАНТОВ ГОДОВАЯ
 - ЧТО СОДЕРЖИТ ВАША ЗАЯВКА?
-

Из чего состоит заявка на грант?

1. Сопроводительное письмо

2. Описание проекта:

- общие положения
- на чем он базируется?
- описание проекта
- таймлайн (календарь)
- аудитория
- ожидаемая отдача
- благодарность за прочтение и рассмотрение

3. Бюджет проекта:

- расходы
- доходы (если будут)

4. Финансовая информация (состоятельность)

5. Взнос - чек

6. Рекомендательное письмо

Что стоит включить в заявку (секреты фирмы)

1. **Простоту** текста и описания
 2. **Личное** обращение
 3. **Активные глаголы** и содержательные существительные
 4. Все - **в будущем времени!**
 5. **Сравнительные** - удалить напрочь (будто, якобы, похоже на, в стиле, типа)
 6. Грамматика - **без ошибок!**
 7. Используйте **терминологию грантодателя**
 8. Пишите **строго** по предложенной форме
 9. **НАВИГАЦИЯ** и еще раз **НАВИГАЦИЯ**
-

Примеры организаций-грантодателей

NYFA Source (New York Foundation for the Arts): www.nyfa.org

Creative Capital: www.creative-capital.org

Alliance of Artists Communities: www.resartis.org

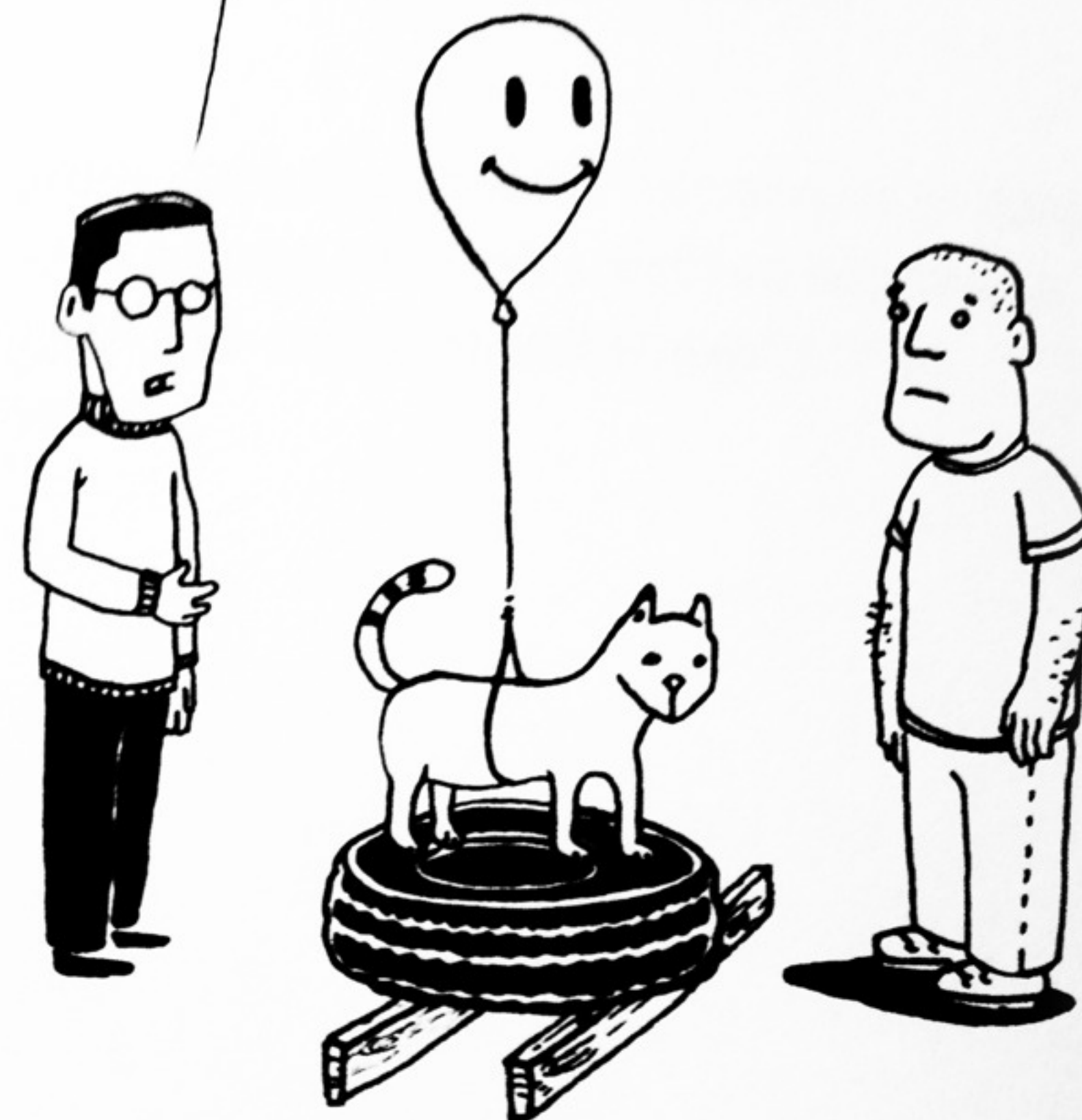
Res Artis Network: www.culturalfoundation.eu

Foundation Center: www.grantSPACE.org

VIII. Где выставляться?

- цифровые собрания
- он-лайн галереи
- коллаборационные пространства
- некоммерческие фонды
- музеи
- ярмарки
- кафе, рестораны и торговые пространства

DON'T FORGET TO
PACK SOME CAT
FOOD WHEN YOU
SHIP THIS.



IX. Коммерческие галереи

I WANT MONEY, RESPECT,
FREE FOOD, SEX, GLORY AND
EVERYTHING ELSE ENTITLED
TO AN ARTIST OF MY
CONSIDERABLE GENIUS.

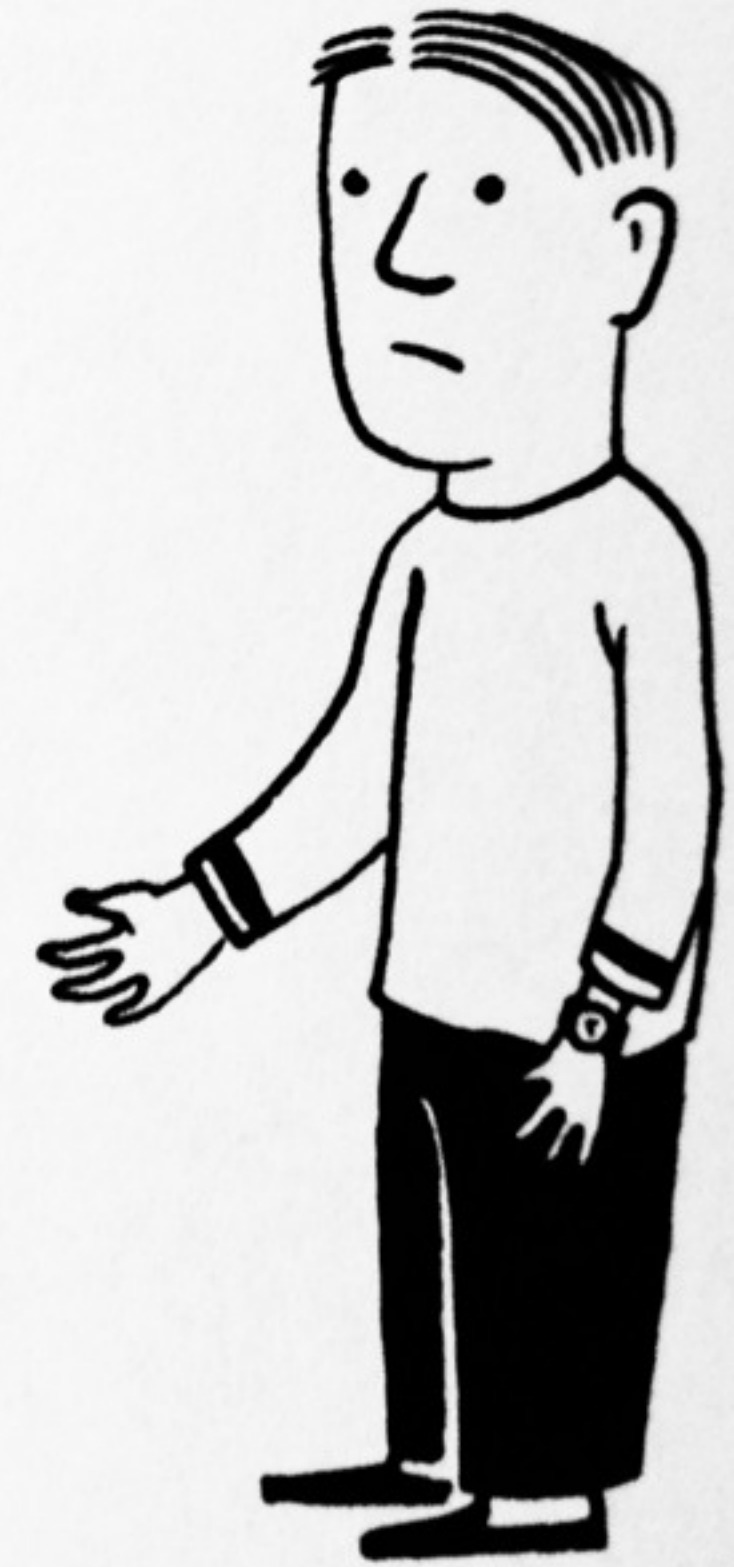


- ПОИСК
 - определение времени
 - правило «одного года»
 - изучите резюме предшественников и конкурентов
 - поговорите с другими художниками
 - посещать открытия
 - ходить на ярмарки
-

Ошибки при общении с галереями (so sad experience)

1. Не отправляйте свою презентацию **«вслепую»**
 2. Не заходите в галерею с портфолио и словами **«ТОЛЬКО ПЯТЬ МИНУТ»**
 3. Не приносите свою презентацию на открытие **других выставок**
 4. Не ставьте **множественных адресатов «СС»** в одно письмо. Индивидуально с каждым!
 5. Не начинайте письма фразой **«кого это может касаться»** или «уважаемые господа»
 6. Никогда не отлавливайте галериста **на ярмарке** со своим портфолио. Оно там и останется
 7. Не прерывайте **разговора галериста с кем-либо**. Вы можете помешать сделке
 8. **Он вас в дверь - вы в окно!**
-

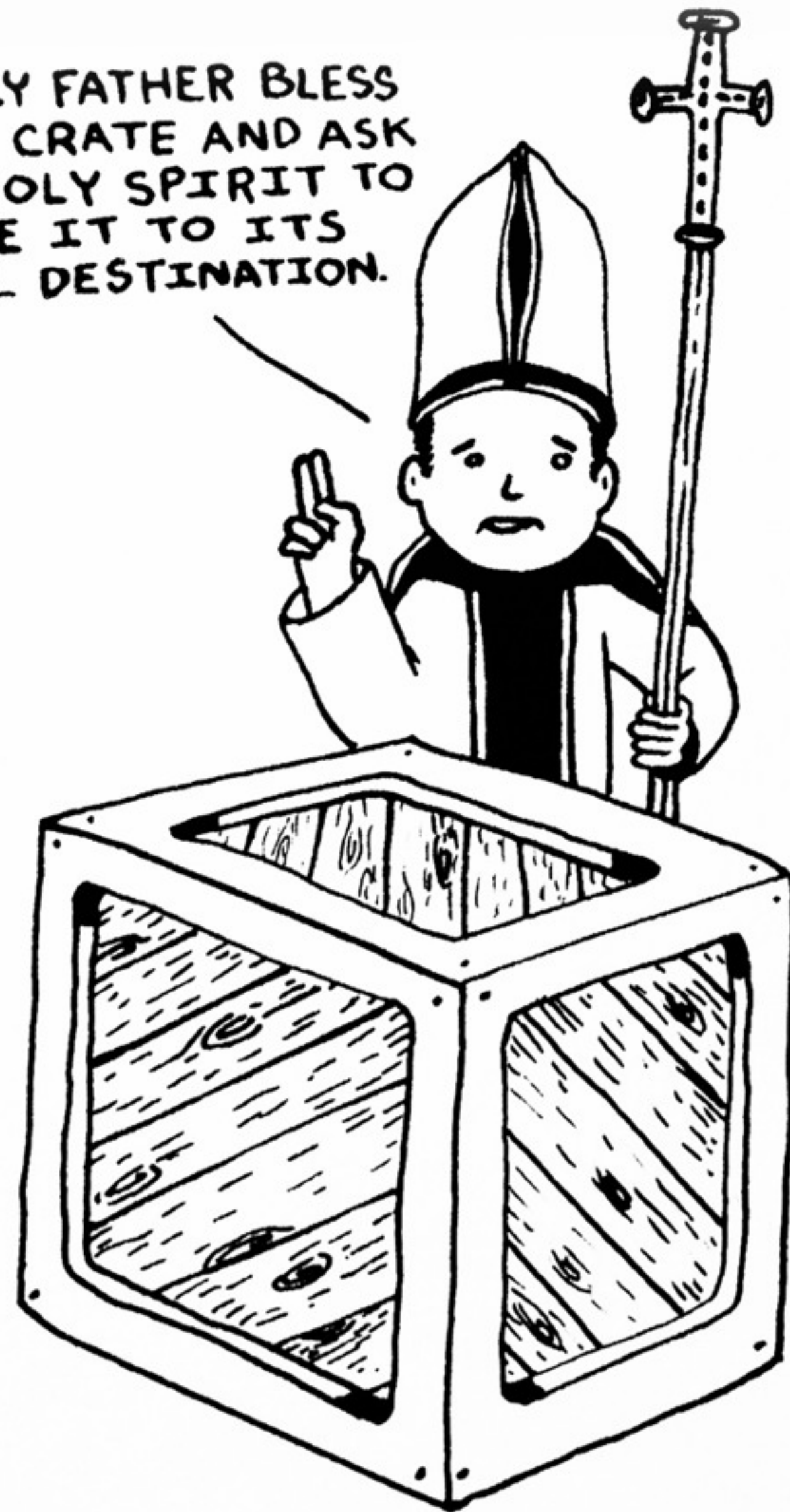
I'M PREPARED TO
OFFER YOU A SOLO SHOW
BUT ONLY IF YOU WEAR
THIS HAT.



Технологии раскрутки художника

1. Постановка **регулярного** выставочного процесса. План персональных и групповых выставок
 2. Вовлечение и общение в **профессиональной среде**
 3. Открытость и распространение **ценовой информации** – сообщения о ярких продажах на ярмарках и салонах
 4. Генерация **информационных поводов** и грамотная работа со СМИ
 5. Продвижение и поддержание информационного присутствия **в Интернете:** сайт + блоги + соцсети
 6. Введение художника в **аукционную обойму:** покупка и продажа на ведущих мировых торгах
 7. Для современных художников: подготовка **монографий и каталогов выставок**
 8. Формирование **оборотного фонда** работ художника
-

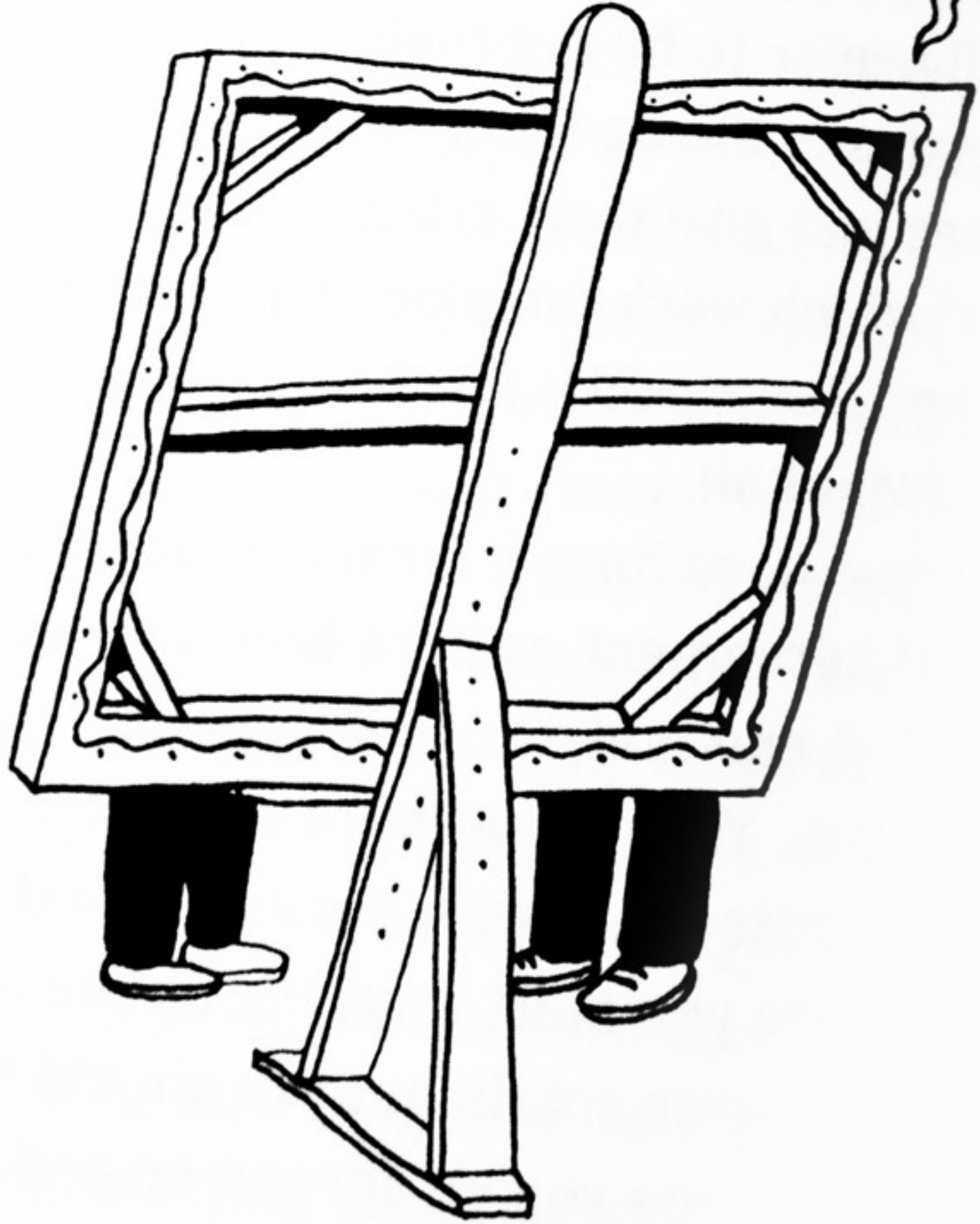
HOLY FATHER BLESS
THIS CRATE AND ASK
THE HOLY SPIRIT TO
GUIDE IT TO ITS
FINAL DESTINATION.



Что должно быть в пресс-релизе?

1. **Биография и компактное изложение** творческого пути, опорные вехи (стиль Wikipedia). Нужно помнить, что информационщик не сможет прочитать пять книг, чтобы выдать короткую заметку
 2. **Художественные объединения**, в которые он входил, перечисление фамилий наиболее известных художников его круга
 3. **Цитаты** экспертов, искусствоведов, исторических персон (напр. художников более высокого ранга). Цитаты должны быть подлиннее, чтобы журналисты могли вырезать нужный фрагмент. Некоторые издания требуют только эксклюзивные цитаты
 4. **«Зацепки»** - пикантные особенности творческой биографии
 5. **«Якорные фразы»**
 6. **Аккуратно-ценовые ориентиры** + ссылки на показательные аукционные результаты
 7. Структура пресс-релиза должна быть пригодной для **быстрой перепечатки в Интернете**, без существенного редактирования. В нем должна легко выделяться фактическая часть, информационная, с датами и местом проведения, обязательно с адресом
 8. Рекомендуемый объем пресс-релиза – **1 страница А4**
 9. Для рассылки – **фотографии**
 10. Не избегайте кажущихся банальными **повторений**. Подход «это и так все знают» не верен.
-

I LOVE YOUR
NEW WORK...
... IT'S WORTH
SO MUCH MONEY.



Как испортить вернисаж

- Предоставить **искусствоведческий текст** вместо пресс-релиза. Нужно чтобы человек уловил идеи, прочитав его по дороге домой
 - Не подготовиться к **короткому интервью**
 - Перенести **ранее объявленные сроки** и предупредить об этом в последний момент
 - Скрывать **ценовые ориентиры**
 - Воспринимать неявку журналиста как **недружественный шаг**
 - Попытаться **вмешиваться в ход подготовки**. Максимум что можно и нужно – это после обзвонить прессу с вопросом, понравился ли сам показ
 - Пригласить на пресс-конференцию **слишком заблаговременно**, когда выставка не смонтирована, и смотреть живьем нечего
 - Построить мероприятие **без выраженного информационного повода**. Чаепития, круглые столы – не работают
 - Ошибка вдогонку – **проявление назойливости** по поводу выхода публикации
-

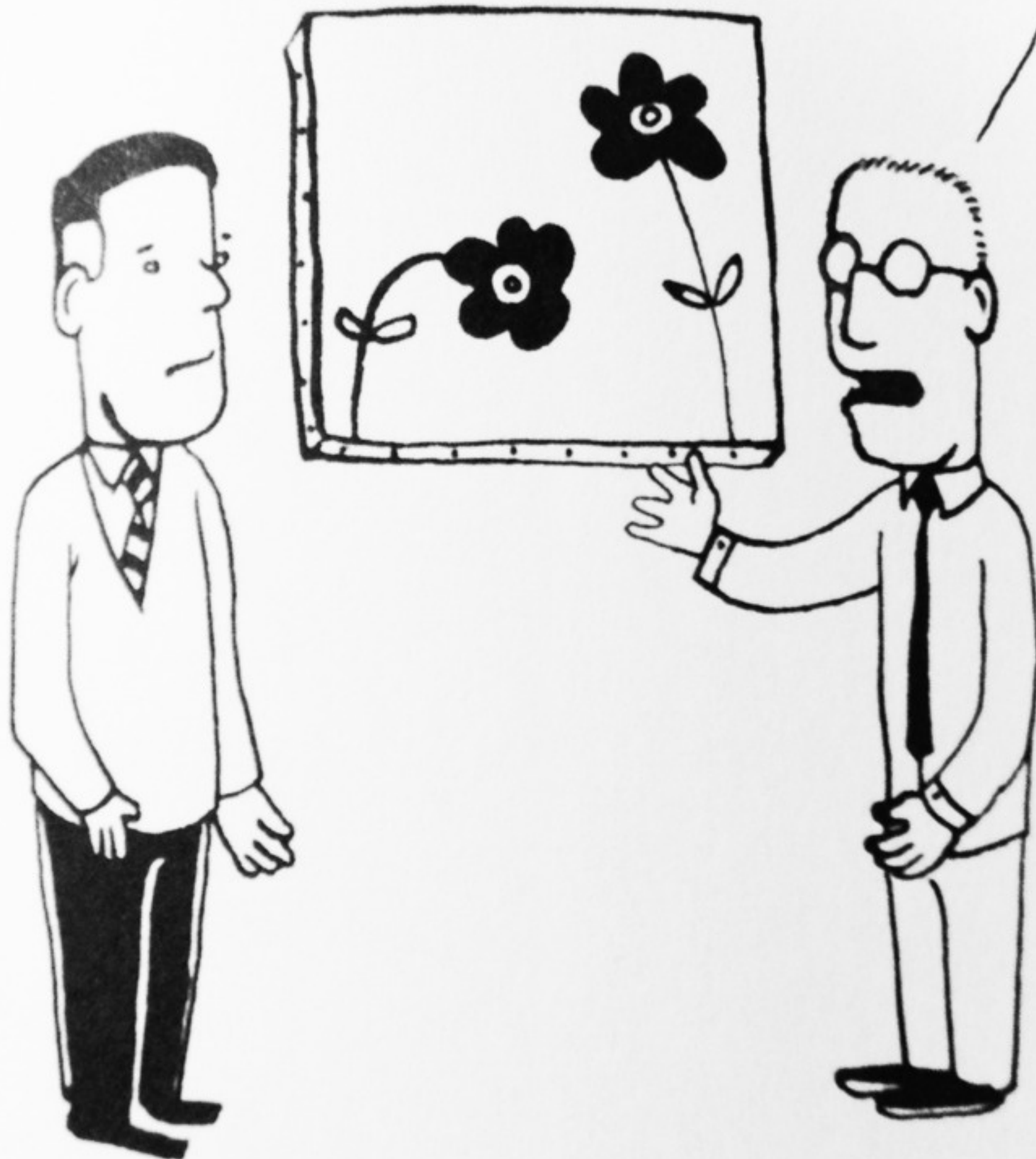
DID YOU
GET A CARD?



Ошибки и заблуждения при самостоятельной раскрутке

1. Позиция «за художника говорят его картины, **никому не хочу** ничего объяснять, комментировать или интервью давать»
 2. Позиция «**талант пробьется сам**»: не хочу ни у кого одалживаться, помощники мне не нужны
 3. Заблуждение: **все галеристы – стяжатели**, обманут или обдерут как липку
 4. Заблуждение: **лучше никому не платить**, а самому снимать залы и продавать тоже самому
 5. Позиция: **лучше просить сразу дорого**, чтобы понимали «где искусство, а где сувенирная продукция»
 6. Ложная идея – практиковать **подставные сделки** на аукционах
-

THIS IS A NICE
PAINTING, BUT IT WOULD
GET A LOT MORE AT
AUCTION IF IT WAS A
REMBRANDT



Инвестиции в современное искусство, или На что давить?

1. **Широкий ассортимент**, есть возможность выбирать и не торопиться с покупкой
 2. Возможность **общения с автором** работ
 3. Низкие риски приобретения **поддельных работ**
 4. Шанс покупки «**лотерейного билета**» - произведения с фантастическим потенциалом ценового роста
 5. **Престиж владения** – фактор вовлечения в фэшн-среду. Быть коллекционером – модно. Подписи в гляцевых журналах – коллекционер.
 6. Удовольствие от «**инфотейнмента**»: энергетика, агрессивность, острые ощущения, соответствие высокому темпу жизни + образовательный вектор
 7. Высокая **ценовая доступность**. От **4 тыс. Евро** (начальный коллекционный), от **20 тыс. Евро** (музейный уровень)
-

YOU CAN DO WHATEVER
YOU WANT... AS LONG AS IT'S
24x30 ON CANVAS WITH LOTS
OF BLUE, AND EVERYONE IN
MY FAMILY LIKES IT.



Недостатки вложений в Ваше искусство, или Что прятать?

1. Нет условий разумного **рынка для инвестиций**. Современный художник – «темная лошадка». Нет достаточной для вывода статистики аукционных продаж
 2. Для России и СНГ: **нет вторичного рынка**
 3. Нет оценки «**периодности**» – ценный или менее ценный период у художника сейчас?
 4. Проблемы с оценкой **вклада художника в искусство** – неизвестно, какое место он займет в истории
 5. Ценовой волюнтаризм. Отсутствует четкое рыночное понимание, **сколько должны** стоить работы молодого художника
 6. Риск **разрушения карьеры** художника – смена галереи, прекращение работы, замужество
 7. Риск участия в качестве «потерпевшего» в **искусственной раскрутке**
 8. Риск **затоваривания рынка** и ценовых диспропорций
-

SORRY, BUT I ONLY
REPRESENT SUCCESSFUL
ARTISTS.



Как выбирают художника через Интернет?

1. **Место художника** в мире искусства
 2. **Справедливость** запрашиваемой цены
 3. **Ликвидность** (если возможно). Насколько просто и быстро можно будет потом перепродать произведение на рынке, чтобы не получилось, что Вы единственный, кто покупает работы этого художника?
 4. Наличие работ **в экспозициях музеев**
 5. Участие работ художника **в важных выставках**
 6. Наличие **движущих сил** – лобби художника. Кому-нибудь кроме Вас это интересно?
 7. Массив и уровень **публикаций**
 8. Участие в **премиальном процессе**: конкурсах, премиях, биеннале
-



PEACHES
\$.99



IT'S MY HOMAGE
TO BRANCUSI'S
ENDLESS COLUMN.



Физический потенциал художника:

- возраст **30-50 лет**
 - найден свой путь в искусстве, **развитие карьеры**
 - новаторство и интеллектуальная мощь творчества + способность художника **объяснить свои идеи**
 - присутствие работ художника в значительных **частных коллекциях**
-



Пул вопросов и пожеланий:

denis.belkevich@gmail.com