

ВВЕДЕНИЕ

В современном мире именно выставки являются движущей силой продвижения художников и художественных течений. Участие в художественных выставках является основным пунктом портфолио современного художника, важным моментом его карьеры. Музеи и галереи ныне славятся не своими коллекциями, а выставками, которые они проводят. Выставки (преимущественно групповые, международные арт-фестивали и биеннале) сегодня выступают основными способами, за счет которых современное искусство осмысляется, функционирует и канонизируется. В арт-критике угол зрения сменился с художественного произведения как самодостаточного предмета исследования на кураторские контексты, где пространство выставки играет ключевую роль в осмыслении произведения искусства. Сами же выставки стали объектом пристального изучения исследователей сравнительно недавно.

В современных мегаполисах ежедневно проходят десятки художественных выставок, как узкопрофессиональных проектов, так и супер посещаемых выставок блокбастеров. Ходить на выставки сегодня не менее популярно, чем в кинотеатры. Возникает все большая потребность в профессиональных арт-менеджерах, способных эффективно управлять художественными проектами, создавая посещаемые, успешные выставки, и кураторах, способных формулировать смыслы и интерпретации происходящих вокруг культурных изменений в рамках выставочных проектов. Современный арт-рынок обусловил все увеличивающуюся потребность в подобного рода специалистах.

Инфраструктура современного искусства, а следовательно, и интерес к нему, растет, а значит, все больше появляется молодых и талантливых людей, заинтересованных в самореализации

на поприще арт-менеджмента и кураторства. При этом количество высших учебных заведений, готовящих такого рода специалистов, — минимальное, состояние развития отечественной науки в области современного искусства и его функционирования — критическое. Фактически не существует изданий, предметом внимания которых выступали бы выставки и принципы их организации на ведущих художественных площадках, особенности управленческих задач кураторов и арт-менеджеров, история кураторства, российская специфика арт-процесса, что обусловило актуальность выхода в свет настоящего издания.

В тексте учебного пособия присутствуют дополнительные текстовые материалы — разнообразные кейсы из реальной выставочной практики как новейшего времени, так и по тем или иным причинам вошедшие в историю мирового искусства и кураторства, которые можно изучать как практические примеры в дополнение к основному тексту. В учебном пособии также можно встретить живые мнения ведущих деятелей современной российской арт-индустрии — реальных практиков арт-процесса, кураторов и арт-менеджеров, собранные автором в рамках интервью для портала о культуре и искусстве Artandyou.ru.

ГЛАВА 1

ХУДОЖЕСТВЕННАЯ ВЫСТАВКА КАК КУЛЬТУРНЫЙ ФЕНОМЕН

Художественная выставка как элемент социализации искусства. Художественная выставка в современных контекстах. Художественная выставка как проект творческий и как коммерческий. Общие тенденции в организации современных выставочных проектов.

Художественная выставка как элемент социализации искусства

Художественная выставка имеет для культуры колоссальное значение — это один из основных способов, за счет которых искусство существует, осмысливается и функционирует. В первую очередь в проведении выставок заинтересованы сами художники. Для художника выставка — это переход от мира частного к миру публичному. Художник творит не только для самовыражения, но и для признания. Создав художественное произведение, художник не может быть полностью удовлетворен его изолированностью и недоступностью, а нуждается в публике, в определенной аудитории, которая оценит его творчество по достоинству. Художественная выставка является одним из центральных моментов социализации и популяризации произведений художника. Выставляя свои работы напоказ, художник получает возможность найти почитателей своего таланта, услышать отклик и мнение о своих произведениях, выстроить обратную связь и, конечно, про-давать свои работы, чтобы иметь возможность создавать новые.

Выставка — место, где творчество художника находит своего зрителя, своего ценителя и своего покупателя. Становление выставочной практики в современном понимании связано с становлением рыночных отношений, зародившихся в разных странах на рубеже XVII—XIX веков, когда художники из мастер-ров, работающих на заказ (для аристократов, монархов, церкви), массово становятся более ориентированными на широкие слои публики, покупателей, критики, зарождается инфраструктура художественных выставок. На рубеже XIX—XX веков рынок искусства становится интернациональным, в том числе появляются международные художественные смотры, направленные на международную аудиторию. Сегодня продавать или показывать свои работы художник может напрямую из мастерской или через Интернет, благо современное развитие технологий это позволяет, но участие в выставочных проектах персональных или групповых так или иначе необходимо каждому профессиональному художнику для демонстрации эволюции периодов своего творчества, представления художественных проектов, серий своих произведений, в том числе в рамках отчетных, ретроспективных выставок, а также для привлечения внимания арт-критиков и журналистов, коллекционеров и арт-дилеров.

Выражаясь современным языком, выставка художника — это информационный повод для общения с потенциальной аудиторией. Когда даже успешный и признанный художник начинает меньше выставляться, о нем начинают меньше писать, говорить и помнить. Для успешной карьеры на арт-рынке художнику практически невозможно игнорировать выстраивание расширенной модели художественных коммуникаций, центральным в которых являются выставки в галереях, в музеях, на биеннале и т.д. Галерист, принимая решение сотрудничать или нет с художником, в первую очередь смотрит его выставочное портфолио.

Так и профессиональный коллекционер, приобретая произведение искусства, интересуется его выставочной историей. Чем престижнее выставочные пространства и выставки, в которых художник и работа участвовали, тем выше их совокупный вес на арт-рынке.

Для публики выставка имеет не меньшее значение, ведь это место нашей встречи с искусством. Редко кто из любителей искусства, не являющийся коллекционером, знаком и общается с художниками напрямую. Выставки в музеях, галереях, различные фестивали, биеннале, художественные ярмарки — это мероприятия, которые большинство из нас посещают, чтобы насладиться искусством. Именно на выставках мы переживаем опыт общения с искусством, никакие репродукции и художественные каталоги не могут его заменить. Регулярное посещение художественных выставок формирует художественный вкус и художественные предпочтения. Приобщение человека к искусству происходит через социокультурную деятельность. Выставки имеют большое значение в эстетическом воспитании общества, предполагается, что пристрастия к искусству, художнику, выставочным площадкам должны эволюционировать от выставки к выставке.

В жизни арт-институций — музеев, фондов и галерей выставки являются наиболее заметной публике частью исследовательской работы. Выставки — это «лицо» выставочной институции, отражение ее традиций и стратегии. Предпочтение все чаще отдается проведению временных выставок, когда произведения извлекаются из хранилищ и запасников, обмениваются с другими институциями, циркулируя в рамках разнообразных контекстов, формируемых кураторами.

История искусства неразрывно связана с выставками как обязательными условиями социализации искусства, через его показ. Художественная выставка — это актуализация искусства в кон-

тексте культуры. Тем не менее история выставок, особенности их организации и управления стали объектом пристального внимания исследователей относительно недавно.

Классификация художественных выставок

Существует множество устоявшихся критериев классификации выставок: по количеству участников (персональная, групповая), по жанрам искусства (фотовыставка, выставка живописи), по месту проведения (музейные, галерейные выставки), длительности (постоянная экспозиция, временные выставки), по составу представленных предметов (монопредметная, составная) и т.д.

Предлагаем подробно остановиться на классификации Виктора Мизиано, который в книге «5 лекций о кураторстве»¹ предлагает к основным экспозиционным жанрам причислять выставки:

- **историко-художественные** (академические выставки-исследования, направленные на описание и представление искусства прошлого, проводимые на территории музейной или иной публичной институции по ее инициативе и силами ее коллектива);
- **тематические** (тематика выставки выражается в некой интеллектуальной дискуссии, материалом для которой выступает современное искусство);
- **репрезентативные** (выставки, приоритетным для которых является не концепция или исследование, а предьявляемый художественный материал, характеризующийся необязательным и легкозаменяемым составом произведений, поэтому в негласной табели о рангах характеризуемый как один из низших форматов кураторской работы);

¹ Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. Москва: Классика XXI, 2015. — 430 с.

- **персональные** (монографические выставки значительного современного мастера);
- **экспериментальные** (лабораторные выставки, подвергающие переосмыслению язык кураторской практики);
- **и так называемые мегавыставки** (выставки, от которых ждут максимальной географической представительности, способности продемонстрировать наиболее актуальные художественные тенденции, яркой авторской концепции и соответствующей выставочному показу дискурсивно-издательской программы).

Художественная выставка в современных контекстах

Интерес к изучению явления художественных выставок и вопросов их проведения связан с тем, что сегодня — это процесс значительно более сложный и многогранный, чем в прежние времена. Изменился характер выставок относительно социальных и институциональных аспектов. С 70-х годов XX века историю искусства захлестнул кураторский бум, спровоцированный логикой развития современного искусства, художественными практиками постмодернизма, зарождением биеннального движения и глобальной экспансии современного искусства. Предложение в области искусства сегодня очень обширно, существуют самые разнообразные музеи — государственные и частные, классические и современного искусства, увеличивается количество разнообразных галерей и арт-кластеров, все больше городов начинает проводить свои биеннале и фестивали искусства, существуют как элитарные кураторские проекты, так и арт-аттракционы, имеющие мало общего с искусством, но очень популярные у массового зрителя. Поэтому понимание того, что такое художественная выставка и как ее делать сегодня, также усложняется.

В российской специфике в связи с общественными преобразованиями 1990-х, необходимостью построения новой инфраструктуры художественной сцены, появление профессионального кураторского цеха и менеджеров в сфере искусства началось позднее и не выстроилось до сих пор. Тем не менее с середины 2000-х количество новых галерей, целевых арт-фондов, творческих кластеров, частных музеев, аукционных платформ, биеннале и разнообразных фестивалей в России неумолимо пошло на увеличение.

С повестки дня не снимаются эпоха потребления и цивилизация досуга, информационное общество, гиперконкуренция и гиперконвергенция, широкое распространение коммуникационных технологий, экономический и технологический рост и т.д., которые приводят к тому, что поколение современных посетителей художественных выставок сильно отличается от предыдущих.

Современный мир характеризуется многочисленными изменениями, перечислим лишь некоторые из них. Постоянно увеличивается количество людей, относимых к среднему классу и занимающихся интеллектуальным трудом. Мы живем в эпоху креативной экономики и творческих индустрий, когда источником добавленной стоимости и рабочих мест становится деятельность по производству и эксплуатации интеллектуальной собственности. Центры промышленности и производства перемещаются в развивающиеся страны, а западная экономика производит и продает преимущественно интеллектуальный продукт. Все больше людей профессионально задействованы в рекламной индустрии, событийном маркетинге, шоу-бизнесе, изобразительном искусстве, архитектуре, графическом и промышленном дизайне, музыкальной индустрии, моде, кино- и видеопроизводстве, web-разработке, создании компьютерных игр и т.д.

В условиях лавинных потоков информации, обрушивающихся на нас повсеместно с экранов телевизоров, в Интерне-

те, на улицах городов, в новостных сводках, стала закономерна потребность в появлении новых профессий, занимающихся производством нового типа знания, контекстуализирующих множества, это в том числе кураторская профессия, где куратор как новый формат интеллектуала, чьи задачи лежат в описании современности, поиске новых визуальных связей и смыслов нашего многообразного мира, переосмыслении происходящего вокруг.

Со стороны общества интерес к выставкам и различным творческим проектам также возрастает. Технологический прогресс обусловил доступность творческой самореализации для широкого круга людей — графические и видеоредакторы, фото- и видеотехника позволяют гораздо большему количеству людей считать себя художниками, фотографами, режиссерами, дизайнерами. Что объясняет, почему ходить на выставки сегодня стало очень модно и востребовано. «Креативный класс»² — так охарактеризовал социальную группу жителей современных городов, включенных в постиндустриальную экономику, Ричард Флорида.

Однако расширение аудитории художественных выставок неизбежно ведет и к снижению уровня ее подготовленности. В результате сегодня мы можем наблюдать все увеличивающиеся конфликты и скандалы вокруг тех или иных выставок. Публика привыкла относиться к выставкам потребительски.

Соответственно прогнозам Х. Ортеги-и-Гассета, существует как интеллектуальное искусство касты³, так и описанное Ж. Бодрийяром массовое искусство как объект потребления⁴.

² Ортега-и-Гассет Х. Дегуманизация искусства. Москва : АСТ; АСТ, 2008. — 192 с.

³ Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры. Москва : Культурная революция; Республика, 2006. 296 с.

⁴ Межуев В.М. Идея культуры: Очерки по философии культуры. Москва: Университетская книга, 2012. — 406 с.

Наступила эпоха «культурной всеядности»⁵. Налицо увеличение плотности участия современного искусства в нашей жизни, точек его соприкосновения с самыми разными аудиториями. Художественные выставки воспринимаются как ресурс «мягкой силы»⁶ страны на международной арене и как способ оппозиционных политических высказываний, их спонсируют и проводят крупные бренды для повышения эффективности своих внешних и внутренних коммуникаций⁷. Все больше компаний собирают корпоративные коллекции и делают корпоративные выставки (коллекция Deutsche Bank, Газпромбанк...). Часто свободные пространства в офисных центрах отводят под выставки или создают собственные музеи и галереи (Музей восточного антиквариата, находящийся в «Башня Столетия» в Токио, музей «ЛабиринтУм» в офисном центре Толстой Сквер в Санкт-Петербурге...). Тематические выставки в инновационных центрах и университетах тоже стали обыденностью (совместные проекты ММСИ и Сколково, выставки в НИИ ВШЭ, выставочные проекты ИГУМО и Международного университета в Москве...). Во многих торговых и развлекательных центрах не только регулярно проходят выставки (арт-проекты в универмаге «Цветной»), но также есть свои музеи, базируются галереи (совместный проект Государственного Эрмитажа и Музея Гуттенхайма в казино «Венеция» в Лас-Вегасе). Художественные выставки и арт-объекты сегодня можно встретить на улицах городов, в спальнях районах, в парках, в библиотеках, даже в поликлиниках.

В условиях проектной ориентации современного общества вектор художественной критики сместился с критики художе-

⁵ Карцева Е.А. Современное искусство как один из ресурсов формирования имиджа России за рубежом // Обсерватория культуры. 2016. Т. 13, № 3. С. 302–309.

⁶ Там же.

⁷ Мизиано В. Пять лекций о кураторстве. — Москва : ООО «Ад Маргинем Пресс», 2014. — 256 с.

ственных произведений к критике кураторских и выставочных контекстов, в которые эти произведения включены. Выставочные пространства славятся уже не своими коллекциями, а кураторскими подходами относительно этих коллекций. То как часто и какого уровня в институции проходят художественные выставки — вот, что важно.

Многообразие выставочных пространств, между которыми происходит постоянная циркуляция и взаимный обмен идей, техник, подходов, специалистов, задач, поражает. Создание художественных выставок сегодня — это процесс, сопряженный с многочисленными производственными и концептуальными особенностями. Процесс репрезентации искусства, задачи выставочной идеи, специфика подбора пространства и форматов постоянно усложняются. Конвергенция, то есть сближение различных практик и форм, размытие границ между явлениями характеризуют современный мир и влияют на бизнес-модели. Взаимоотношения между бизнесом, культурой, образованием, государственной политикой все более переплетаются и усложняются. Всевозрастающая конкуренция характерна для всех областей, сфера культуры и искусства не является исключением. Конкурировать приходится не только с другими выставочными пространствами, а также организациями культуры и искусства, но с досуговыми и развлекательными учреждениями, а также со всем цифровым пространством. Культура, досуг, развлечения сегодня стали единым рынком. Современный потребитель уже не проводит принципиальной разницы. Сетовать на эту ситуацию не имеет смысла, выигрывают те, кто умеет быть гибким, подстраиваться под реалии меняющегося мира и использовать новые интригующие возможности для того, чтобы найти своего зрителя и задержать его в пространстве культуры. За внимание публики, критиков, СМИ приходится бороться и искать новые

способы взаимодействия. Общее предложение крайне обширно, в современных мегаполисах проходят ежедневно десятки, если не сотни выставок. Современная публика очень «насмотрена» обширным предложением в области культуры. У нее высокие требования к качеству предлагаемого художественного продукта. Современный зритель крайне искушенный, требовательный и ценящий свое время. Планируя досуг, он хочет четко понимать, что он получит, отправляясь на выставку, и не только относительно аспектов того, что и как выставлено, но и того, как долго займет дорога, будет ли парковка, кого он там сможет встретить из знакомых, насколько комфортно будет пребывание и т. д.

Создать хороший выставочный проект сегодня — это не просто повесить картины на стене или расставить скульптуры и инсталляции в зале, напечатать афишу и ждать посетителей. Художественная выставка сегодня — это нечто большее, чем просто публичный показ художественных произведений. Она включает в себя многочисленные эстетические, смысловые, концептуальные, материальные, коммерческие аспекты и апеллирует к самым разнообразным областям человеческого знания, нуждаясь в широком круге специалистов для своего обслуживания.

Художественная выставка как проект творческий и как коммерческий

Создание художественной выставки — это безусловно творческий процесс. Пространство выставки — это место, где произведение искусства начинает жить в окружении новой среды, нежели в мастерской у художника. Происходит расширение произведения искусства до пространства выставки. Не только процесс социализации произведения искусства, но неизбежно

и внесение изменений в его существование. Зритель воспринимает произведение искусства именно в этом контексте и далее несет его в реальное пространство.

Современные выставочные проекты осмысливаются не только относительно объектов, которые демонстрируются, но и с точки зрения того, как и почему они оказались организованы вместе, в каком порядке следуют друг за другом, какие ассоциативные ряды вызывают, в какой контекст включены. Выставка становится чем-то большим, чем просто собранные вместе отдельные предметы. В современном искусстве сложилась ситуация, когда даже опытный ценитель может запутаться, является ли тот или иной предмет частью выставки или оказался там случайно. Традиционно художник подражал природе, работая в том или ином жанре и технике, но современное искусство часто — это обретение новых смыслов, это контексты, в которые оно погружено. В актуальном искусстве все больше становится важен не сам предмет искусства, а способы его показа. Куратор выставки сегодня формирует смыслы выставочных проектов, где и как разместить то или иное произведение, а что вообще считать произведением искусства?

От того, почему и как те или иные предметы оказались объединены вместе, часто зависит хорошая выставка или плохая. Выставочная экспозиция организуется в соответствии с принципами построения художественного текста, делая саму выставку произведением искусства. Основу институционального и внеинституционального курирования в XXI столетии составляют сложносоставные тематические выставки, синтетические проекты, совмещающие различные художественные формы. В этом смысле выставка является творческим проектом, не уступающим в художественности самим произведениям, а иногда и предопределяющим эстетическую составляющую экспонируемых объектов. Профессия

организатора выставок сегодня очень востребована и популярна не только благодаря производственным моментам, но прежде всего в силу выстраивания диалога между художником и публикой, где фигура куратора выставок оказывается максимально приближенной к творчеству после самого художника. Существует мнение, что философия в традиционном ее виде ныне более не выполняет своих функций, взамен переместившись в пространство художественных высказываний современных художников и кураторов.

Но художественная выставка — это также и коммерческий проект. Успех выставки во многом зависит не только от таланта участвующих художников, ценности представленных экспонатов, убедительного экспозиционного ряда и оригинальной кураторской идеи, но и от профессионализма арт-менеджеров и других посредников, определяющих способы подачи целевой аудитории от экспертного сообщества до незаинтересованных зрителей, от спонсоров до коллекционеров и журналистов. Художественный проект надо уметь выгодно подать, а также «продать», неважно вопрос в спонсорской поддержке, договоренности о проведении выставки в уважаемой институции, количестве положительных замечаний от критиков, наличии выигранных художественных премий, проданных картин или входных билетов.

Безусловно, следует различать *выставки промотивные*, ориентированные на коммерческий успех у публики, посещаемость, продажу работ, и *выставки — кураторские проекты*, сугубо профессиональные, лежащие в поле высказывания кураторов-интеллектуалов⁸. Но в первом случае — это не всегда означает низкое художественное качество, к примеру, музеи, чья функция образовывать публику и популяризировать искусство в обществе, заинтересованы делать посещаемые, обращенные к зрите-

⁸ Мизиано В. Пять лекций о кураторстве. — Москва : ООО «Ад Маргинем Пресс», 2014. — 256 с.

лю выставки, что невозможно без некоторого элемента популизма. Тем более, что музеи, как правило, оперируют классическим искусством, более понятным широкому зрителю. А выставки, которые можно отнести к профессиональному авторскому высказыванию куратора, также могут быть очень посещаемыми, например, когда речь идет о мегавыставках, таких как биеннале, привлекающих публику большим количеством художников из разных стран, масштабными арт-объектами и необычными выставочными площадками.

Даже если речь идет о выставке, где работы не продаются (например, в музее или на биеннале), все равно необходимо конкурировать за внимание публики, продавать входные билеты, привлекать внимание и поддержку спонсоров, представителей власти, журналистского сообщества и т.д. Исследовательская, образовательно-просветительская и коммерческая составляющие могут и должны идти рука об руку. Выставочный проект должен быть успешным и эффективным с точки зрения затраченных и заработанных средств.

Несмотря на все разнообразие современных выставок, среди успешных проектов прослеживаются следующие характерные черты.

Сложные полифоничные и междисциплинарные проекты, объединяющие разные медиа. В чистом виде встретить выставку, к примеру, живописи сегодня достаточно сложно. Даже если выставляются шедевры, картины объединяются кураторами с поэзией или музыкой, дополняются архивными документами. Из аутентичных вещей, предметов или костюмов может быть воспроизведен тот или иной интерьер, эпоха. Могут быть выставлены фотографии, личные вещи, помогающие выстроить некую дополнительную историю. Выставки дополняются видео, текстами, инсталляциями и т.д. Искусство на современной выставке помещается в опре-

деленный контекст, чтобы создать необходимую атмосферу, раскрыть произведения и художников, помочь публике понять их глубже. Однако, хорошая выставка заключается в том, чтобы за всем этим «шумом» не размывались сами произведения, нарратив и экспозиционный ряд выставки.

Совмещение традиционных медиа с мультимедийной составляющей, видео, звуком. В эпоху гаджетов и цифровых технологий не удивительно, что технологические новшества активно внедряются в выставочное пространство. Для зрителя — это привычный способ коммуникации и при правильном использовании мультимедиа могут существенно обогатить опыт пребывания на выставке. Но, безусловно, одно лишь наличие мультимедиа не способно сделать выставку хорошей, особенно в глазах экспертного сообщества.

Возведение сложных экспозиционных конструкций и специальной архитектуры выставки. В борьбе за посетителя выставки должны предоставлять своему зрителю необычный, уникальный опыт, как экспозиционно, так и предлагая неожиданные кураторские интерпретации, для чего требуется особая архитектура экспозиции, для создания которой привлекаются дизайнеры и целые архитектурные бюро. Умение работать с пространством как материалом в целом является важным навыком современного художника и куратора.

Создание масштабных арт-объектов и site-specific (созданных на месте) инсталляций. Искусство стало модным и востребованным у широкой аудитории, что отразилось и на формах его репрезентации. Появился спрос на визуальное, выразительное и масштабное. Зрелищность, спектакулярность часто становятся синонимами посещаемых выставок и это касается не только заведомо коммерческих проектов, но и академических выставок.

Ориентация на гастролирование, мобильность, перемещение выставки с одной площадки на другую. Границы в современном мире

весьма условны. Глобализация диктует необходимость быть мобильным. Выставки все чаще планируются и проектируются так, чтобы их можно было перевести, показать на другой площадке или в другом городе.

Вопросы

1. Какое значение имеют художественные выставки для художника?
2. В чем выражается особое значение художественных выставок в пространстве современной культуры?
3. Чем современные посетители художественных выставок, отличаются от предыдущих поколений и какие особенности это накладывает на организацию арт-проектов?
4. В чем художественная выставка — проект творческий, а в чем коммерческий?
5. Перечислите подходы к классификации художественных выставок.
6. Какие общие тенденции в организации современных выставочных проектов вы можете назвать? Какими социокультурными факторами они определяются?

Дополнительные текстовые материалы

Художественные выставки в Древней Греции

Явление художественных выставок абсолютно не новое и зародилось еще в Древней Греции. На них художники не только знакомили публику со своим творчеством, но и надеялись свое творчество реализовать, а также завести контакты с потенциальными заказчиками. Интерес к искусству был широко распространен, а греческая знать покупала не только произведения греческих художников со всей страны, но и диковинные вещи и драгоценности из других мест. Конкуренция была высока. Как и сегодня, не только мастерство, но также умение понять и воспринять вкусы и новые запросы общества определяли популярность художника. Эти факторы стимулировали вовлечение художника в различные социальные сети, он должен был уметь не только мастерски делать свою работу, но и грамотно и вовремя ее преподнести, постоянно находиться на слуху. Известно, что живописец Апелес нередко выставлял свои незаконченные картины на балконе, чтобы подслушивать обсуждения зрителей и пожелания потенциальных покупателей. Будучи популярным у публики, Апелес также помогал своему другу Протогену продавать картины, подписывая их своим именем. Художник Зевксис утверждал, что его картины превосходят всякую цену, и к тому времени составив себе большое состояние и известность, отказывался работать за деньги, дарил свои картины, в том числе городам. Заказчики, желая получить наилучшее произведение, инициировали «агоны» — своеобразные состязания художественных произведений, когда группа конкурирующих художников

высказывала свое мнение по поводу остальных претендентов, по принципу лучшая работа после моей, таким образом инициируя комментарии профессионального сообщества и фиксируя рейтинг художников. Публичные соревнования между художниками в общественно-активной Греции вообще были явлением распространенным.

Выставки французских Салонов XVII–XIX вв.

С XVII по XIX век участие в публичных выставках — Салонах было обязательным и знаковым для карьеры художника, желавшего завоевать известность и признание. Название Салоны вошло в историю художественной культуры серией работ Д. Дидро, объединенных единым названием «Салоны», которые публиковались на протяжении более полувека с 1795 по 1857 год. Кроме Салонов, других художественных выставок практически не проводилось.

На выставках Салонов второй половины XIX века могло участвовать до 3 000 картин, которые размещались на плоскости стены сверху донизу, без промежутков. Художникам часто приходилось даже подворачивать или обрезать холсты, чтобы разместить их на стене. Развеска происходила по принципу, что крупные холсты вешались на самый верх, чтобы их было видно издали; наиболее выигрышные, на взгляд жюри, работы вешались на уровне глаз; маленькие работы — снизу. Общей концепции выставочного пространства не было как таковой. Работы не включались ни в какой контекст, а просто заполняли место на стене.

До второй половины XIX века отвергнутые Салоном работы, на рамах, которых ставили литеру «R» (от франц. Refusé — от-

казано), было практически невозможно продать. В последней трети XIX века система государственного патронажа искусства более не стимулировала создание качественного искусства, не обеспечивала достойного материального существования своих членов. В результате появляются альтернативные формы взаимодействия художников и публики: «Салон отверженных» (1860–1870), «Салон независимых» (с 1884 г.), «Осенний Салон» (с 1903 г.), увеличивается число коммерческих галерей.

Первая в истории искусства моновыставка художника-provokatora Гюстава Курбе

Во второй половине XIX века жюри французского Салона Изыщных искусств, наиболее авторитетного художественного смотра, отвергало работы разных художников, и многие из них в результате организовывали альтернативные формы представления своих работ, но изобретатель реалистического направления в живописи Гюстав Курбе (1819–1877) был первым, кто начал проводить персональные выставки своих произведений, выставляясь в одиночку, проводя, как сказали бы сегодня, *The solo-man shows*. Сейчас в это трудно поверить, но когда-то реализм в живописи не укладывался в рамки общепринятых представлений об искусстве. Курбе разработал новую манеру письма, даже называя себя кубертистом, а художник Делакруа, увидев его работу на одной из выставок Салона, отозвался о ней как новаторской и революционной. Именно реализм Курбе подготовил почву для появления нового искусства в будущем. Тем не менее официальным направлением в живописи в то время по-прежнему был академизм, поэтому работы реалистиче-

ского толка регулярно получали отказ в принятии к участию в групповой выставке Парижского художественного салона. В период с 1841 по 1847 год из представленных Курбе 25 картин жюри отобрало лишь три. В 1848 году во Франции происходит буржуазно-демократическая революция, и работы Курбе, бывшего на стороне восставших, начинают пользоваться бóльшим успехом. Так, на Салоне 1848 года ему удалось показать 10 своих картин. А в 1849-м его полотно «Послеобеденный отдых в Орнане» завоевало золотую медаль и было приобретено правительством. Однако другие его картины вызвали негативную реакцию критики. В 1855 году в Париже проходит Всемирная выставка, на которой показывались работы как французских, так и иностранных художников. В город приезжало большое количество иностранцев, интересующихся искусством. Жюри выставки отобрало лишь часть работ из тех, что представил Курбе, в результате тот решает организовывать целиком собственную выставку. За свой счет, на скорую руку он возводит барак прямо около центрального входа на Всемирную выставку. В своем самостоятельном павильоне с вывеской над входом «Реализм господина Курбе» художник выставляет 40 своих работ, выполненных в разное время и развешенных по его усмотрению, а не так, как это сделала бы развесочная комиссия Салона. Некоторые полотна были огромными, например картина «Ателье» была четыре метра по вертикальной и шесть метров по горизонтальной стороне. В современном понимании это была крупная персональная выставка художника, подробно раскрывающая круг его художественных исканий. К выставке художник выпускает каталог, в котором обосновывает свое понимание реализма в истории искусства и объясняет свою акцию: «...я не хотел копировать или подражать... У меня не было в мыслях достигнуть праздной цели „искусства для искусства“. Нет. В полном

Конец ознакомительного фрагмента.

Приобрести книгу можно

в интернет-магазине

«Электронный универс»

e-Univers.ru