

Как сделать выставку
и не облажаться

Чек-лист

ЦЕЛАЯ ИСТОРИЯ



Здравствуйте! Меня зовут Елена Куприна-Ляхович, я – куратор и координатор художественных выставок. За моими плечами более сотни реализованных выставочных проектов – персональных, групповых, искусства старого и нового, в России и за рубежом. Уже более 10 лет я помогаю освоить профессии арт-менеджера, куратора, арт-консультанта и координатора.

Вы хотите сделать выставку? Свою или брата, знакомого художника или группы? Внимательно изучите этот материал – без этого Вы впустую потратите время и деньги.

Первый вопрос, на который Вы должны честно ответить себе – ЗАЧЕМ? – зачем Вы ввязываетесь в эту историю?

Вы хотите славы? Денег?

И того и другого одновременно?

Вы хотите нести людям красоту или свое понимание ее?

Вы хотите помочь брату/зятю/другу/мужу/жене/сестре?

Я ХОЧУ... ОПРЕДЕЛИТЬ ЦЕЛИ

На самом деле, **правильные ответы – как всегда – более конкретны!** Вот варианты:

- я хочу ввести творчество такого-то или такой-то в культурный оборот, то есть: **войти в художественную среду** и привлечь внимание специалистов или **привлечь внимание широкой публики** к этому творчеству;
- я хочу начать **продавать** продукты творчества такого-то или такой-то;
- я хочу **вывести** подзабытого автора вновь **на художественную сцену**;
- я хочу **привлечь внимание крупных коллекционеров**;
- я хочу привлечь внимание специалистов к себе, как к крутому арт-менеджеру и получать заказы на организацию выставок;
- я хочу **открыть галерею** и войти в пятерку лучших галерей города за ближайший год;
- я хочу открыть галерею и успешно **продавать искусство!**



ОБО ВСЕМ ПОПОРЯДКУ НАЙТИ КУРАТОРА

Ответов на вопрос – **ЗАЧЕМ?** – может быть еще очень много. Но пока нам достаточно и этих – потому что это только начало вашего пути.



Давайте составим **план работы**:

1. Нужно **найти куратора**. Если вы новичок – есть два пути: один – найти куратора-новичка или второй – найти крутого куратора. Если вы найдете куратора-новичка – вы сэкономите деньги и у Вас будет шанс расти вместе (если вы поставите на правильную лошадку). Если вы найдете крутого куратора – вам это будет стоить дороже, но путь к вниманию специалистов будет намного короче. Но **крутые кураторы** просто так в руки не идут. Их надо **правильно приманить!**

НАЙТИ ПЛОЩАДКУ



2. Пока куратор работает над концепцией и отбором работ, вы **ищите площадку**. Опять-таки – есть два пути: один – партнерская бесплатная площадка, второй – платная, но очень “красивая”. Партнерская – лучше всего. Почему?

Потому что у вас появляется **со-организатор со своим ресурсом!** Платную надо брать в том случае, когда проект может быть реализован только на ней – например, если необходим лофт на последнем этаже самого высокого небоскреба, или старинная вилла, куда обычно вход воспрещен, например. Ну, или Вы открываете галерею и арендуете постоянную площадку для будущих проектов под своим брендом.



Помним, что выбор площадки непосредственно связан с целью проекта (см. свой ответ на **вопрос ЗАЧЕМ**).

СОБИРАЕМ КОМАНДУ, СОСТАВЛЯЕМ БЮДЖЕТ



3. Определяем **бюджет и тайминг**. Что сказать здесь? Важнейший пункт. Учтите, что к оптимистичному бюджету надо сразу прибавить 50% “непредвиденных” расходов, а к бюджету, посчитанному реалистично – процентов 20. Если своих денег нет – **ИЩЕМ ДЕНЬГИ!** Для этого нужно хотя бы собрать презентацию – и тут уже см. п. 4
4. **Собираем команду**. Куратор у нас уже есть. Ему нужен ассистент (это можете быть вы). Дизайнер экспозиции и графический дизайнер это может быть один человек). Редактор (обязательно ищем его сразу, чтобы потом не “ловить мух” в этикетках). Это на первое время. Команда сразу делает презентацию проекта.
5. **Начинаем работу над списком работ** для выставки. Помним, что отобранные работы должны пролезть хотя бы в двери выбранного помещения! И что стенки не раздвигаются!

ТЕКСТЫ И ИНФОРМАЦИОННОЕ СОПРЕВОЖДЕНИЕ ПРОЕКТА



6. Одновременно **заказываем тексты**. Первое – **АНОНС!** Это те несколько фраз, которые будут и в презентации, и в пресс-анонсах, и в пресс-релизе. Которые будут вербальным “фасадом” вашего проекта! Потом интервью с автором и куратором, потом статью в буклет/каталог. Выдержки из нее пойдут на экспликацию и позальники (позальные тексты).
7. **Определяемся с сопровождающими материалами** – что это будет? Буклет? **Каталог? Сайт?** Т о л ь к о **экспликация или позальники** тоже? (Это зависит от помещения и концепции) **Флаеры? Пригласы?** Пригласы электронные или hard-copy тоже? Работаем с дизайнером над образом проекта. Проводим фотосъемку. Следим за дизайном и версткой, помним про препресс и корректуру. Ищем типографию и отдаем все в печать как можно скорее (ха-ха-ха))).

КТО СТРОИТ ВЫСТАВКИ. ДОГОВОРЫ, СТРАХОВАНИЕ И ХРАНЕНИЕ



8. Ищем подрядчиков для стройки и работ по подготовке экспозиции. Что сказать? Хэндлеров в стране – считанное количество. Узнаем и помним, что Вася хорошо вешает графику, а Петя строит инсталляции. Ваня имеет хороший глазомер и может развесить 100 работ в один ряд. Здесь Вам очень нужны советы опытных специалистов. Посмотрите выставки, развеска которых приближается к безупречной, и нагло спросите организаторов – кто это вешал и строил? Они с удовольствием подскажут!



9. Страхуем произведения и ЗАКЛЮЧАЕМ ДОГОВОРЫ! Помним про авторские права!

10. Описание сохранности, упаковка и перевозка. Если выставку делаем в приличной институции (музей, галерея) – сдача на временное хранение. После сдачи на временное хранение к произведениям не может прикасаться никто, кроме авторизированных хендлеров, и то – в присутствии хранителя. Если в помещении нет хранителя, нужно самостоятельно бегать и проверять сохранность. ЭТО ОЧЕНЬ ВАЖНО!

PR, МОНТАЖ И ОТКРЫТИЕ ВЫСТАВКИ



- 11. PR и реклама.** Вот тут жестко рекомендую найти лучших специалистов в этой области. Причем, именно в области PR искусства. Все остальное – выброшенные деньги. Тогда уж лучше сами как-нибудь. Но! Без PR все Ваши усилия принесут на 50% меньше, чем могли бы. Поэтому PR и дорого стоит. Пишем хороший пресс-релиз.
- 12. МОНТАЖ!!! МОНТАЖ!!!** Трое суток без сна. Не забываем про установку света, этикетки и т.п.
- 13. Открытие.** Шампанское. Гигиена и безопасность гостей – в приоритете. С утра интервью – художник и куратор должны поспать хоть немного. Потом – экскурсия для прессы (если есть PR – будет и пресса, и интервью). Вечером – улыбаемся и здороваемся со всеми. Отвечаем на вопросы. На тупые тоже, непременно с улыбкой. Да, и важно – гардероб и уборка. И фотограф! Желательно в этот день оплатить работу всей команды.



РАБОТА ВЫСТАВКИ , ДЕМОНТАЖ, ПОДГОТОВКА АРХИВА



14. Обеспечиваем работу выставки. Кто включает/выключает свет и видеоинсталляции? Во сколько приходит зритель? Уборка?

И т.п.

15. Демонтаж. Упаковка и развозка работ. Всем спасибо, все свободны.

16. Постпродакшн. Собираем все материалы, пакуем их в **архив**. Рассылаем каталоги/буклеты по партнерам и коллегам (да, теперь у Вас есть новые коллеги). Забираем пресс-отчет. Радуемся)

17. Отдыхаем пару дней/недель и ГОТОВИМ НОВУЮ ВЫСТАВКУ!



[ПРОЙТИ ПОЛНЫЙ КУРС](#)
[«Грамотный арт-менеджмент: организация выставки»](#)

ПРИСОЕДИНЯЙТЕСЬ К НАМ
ОСТАВАЙТЕСЬ НА НАШЕЙ ВОЛНЕ

