

С. Е. ВЕЧЕРСКАЯ

Вечерская Светлана Евгеньевна
Член Международного
Акварельного Общества
Кандидат химических наук

Vecherskaya Svetlana Evgenievna
Member of International
Watercolor Society (IWS)
PhD in Chemistry

Доцент кафедры
Информационных систем в
экономике и управлении
Института информационных
систем и компьютерных
технологий
Российского нового
университета
(ИСИКТ РосНОУ)

Associate Professor,
Department of
Information Systems
in Economics and Management,
Institute of Information Systems
and Computer Technology
Russian New University
(ISIKT RosNOU)

Российская Федерация
Москва 105005,
ул. Радио, д. 22

22 Ul. Radio,
Moscow 105005
Russian Federation

Адрес электронной почты:
s.vecherskaya@bk.ru

e-mail: s.vecherskaya@bk.ru



КЛАССИКА ОРНАМЕНТА АР-НУВО

В ИЗДАНИЯХ
АКАДЕМИИ
АКВАРЕЛИ
И ИЗЯЩНЫХ
ИСКУССТВ
СЕРГЕЯ АНДРИЯКИ

2-Е ИЗДАНИЕ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ПОСОБИЯ КОМПОЗИЦИЯ ЛЕНТОЧНЫХ ОРНАМЕНТОВ (БОРДЮРОВ). ЧАСТЬ I.

АВТОР ТЕКСТА, ЛИНЕЙНЫХ
КОМПОЗИЦИОННЫХ СХЕМ,
ОРНАМЕНТОВ И НАТУРНОГО
МАТЕРИАЛА К НИМ –
КЛАССИК ИСКУССТВА

АР-НУВО,
ФРАНЦУЗСКИЙ ХУДОЖНИК
МОРИС
ПИАР (1869–1942)
ВЕРНЕЙ

ПО МАТЕРИАЛАМ КНИГИ MAURICE PILLARD
VERNEUIL «ÉTUDE DE LA PLANTE.
SON APPLICATION AUX INDUSTRIES D'ART».

ПРЕДИСЛОВИЕ К ИЗДАНИЮ – С. Н. АНДРИЯКА.

ПРЕДИСЛОВИЕ, ПЕРЕВОД, АВТОРСКАЯ
АДАПТАЦИЯ ТЕКСТА И ИЛЛЮСТРАТИВНОГО
РЯДА, КОММЕНТАРИИ К ИЛЛЮСТРАТИВНОМУ
РЯДУ – Д. В. ФОМИЧЕВА.



ВОЗМОЖНОСТИ ВЕБ-ПРОДВИЖЕНИЯ ДЛЯ ХУДОЖНИКА: ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСЫ

Цифровое пространство способствует расширению возможностей популяризации произведений изобразительного искусства. В статье рассматриваются наиболее востребованные, необходимые авторам и посредникам арт-рынка информационно-технологические инструменты продвижения в интернете: социальные медиа, авторские сайты, онлайн-конкурсы и выставки.

К основным некоммерческим каналам относятся социальные сети (SM), интернет-сообщества и собственные интернет-сайты.

Социальные сети – безусловные лидеры рынка. На сегодняшний день крупнейшей российской SM-площадкой является «В контакте» (VK), принадлежащая Mail.ru Group, насчитывающая около 500 миллионов пользователей, около 100 миллионов присутствуют в Сети регулярно. Это своего рода аналог, а в российском интернет-пространстве и ближайший конкурент «Фейсбука» (FB, Facebook). Если обратиться к временной динамике, можно отметить, что не так давно довольно представительной площадкой был «Живой журнал» (ЖЖ, LifeJournal), однако он уступил позиции SM с большими возможностями применения мультимедиа. Сейчас серьезную все возрастающую конкуренцию

лидерам начинают составлять такие SM и приложения, как Instagram и его аналоги [Что выбрать вместо Instagram: 5 аналогов. URL: <https://www.ichip.ru/sovety/chto-vybrat-vmesto-instagram-5-analogov-272162>].

Согласно данным Профессионального союза художников [Единый художественный рейтинг. URL: <http://www.rating.artunion.ru/electronic.htm>], в России около 60 тысяч зарегистрированных художников. Для столь многочисленного сообщества профессионалов самопрезентация в цифровом пространстве более перспективна, чем активность вне сети.

Все сервисы SM предлагают бесплатные простейшие варианты конструирования типовых страниц пользователей, возможности размещения и хранения довольно больших объемов информации, что важно для демонстрации изобразительных материалов высокого качества (цветность, разрешение) [Системный обзор 8 социальных сетей. URL: <https://www.softolet.ru/socialnye-seti/sistemnyj-obzor-8-setej.html>]. Огромная аудитория зрителей и потенциальных подписчиков – неоспоримое преимущество SM, у которого есть и обратная сторона: аккаунт в SM перестает восприниматься как серьезная площадка для

профессионалов, превращаясь скорее в явление массовой культуры. Демонстрируемые произведения воспринимаются как любительские, даже если они выполнены мастерами. Главная причина этого явления – в большом количестве работ дилетантского уровня, нередко выполненных на общедоступных мастер-классах.

Более продуктивным решением становится создание собственного сайта, что безусловно сложнее использования готовых страниц SM. Для доступа к качественным цифровым фото своих работ авторы могут применять сервисы облачного хранения данных, существующие как в бесплатном, так и в платном вариантах. Также возможно редактирование сайта в режиме онлайн. Важно, что многие конструкторы сайтов предоставляют бесплатные версии, доменные имена, наборы опций для аналитики (статистика посещаемости и т. п.). Наибольшее распространение получили Wix, Tilda, Битрикс [Рейтинг конструкторов сайтов (ТОП 10). URL: <https://www.internet-technologies.ru/review-of-website-builder.html>]. Одни из них более удобны для создания информационных сайтов, другие – для торговых площадок. Все конструкторы позволяют на платной основе подключать дополнительные аналитические инструменты, использовать именные домены. Кроме того, авторы, владеющие необходимыми навыками, могут самостоятельно конструировать свои сайты. Хостинг (компьютерные системы и другие ресурсы, необходимые для редактирования и

постоянной доступности в интернете сайта автора) и домен для получения уникального имени можно приобрести сравнительно недорого [Рейтинг хостингов. URL: <https://www.hostotop.ru/rating/>]. Для создания авторского сайта у художника есть возможность применять как готовые решения, так и профессиональную разработку на заказ.

По популярности с социальными сетями сопоставимы хостинги и видеохостинги, один из наиболее известных – Instagram. Он предпочтителен для размещения видеоматериалов, например мастер-классов. Главный недостаток Instagram – более высокий уровень затрат на подготовку и размещение роликов в сравнении с платформами статичных фотоматериалов.

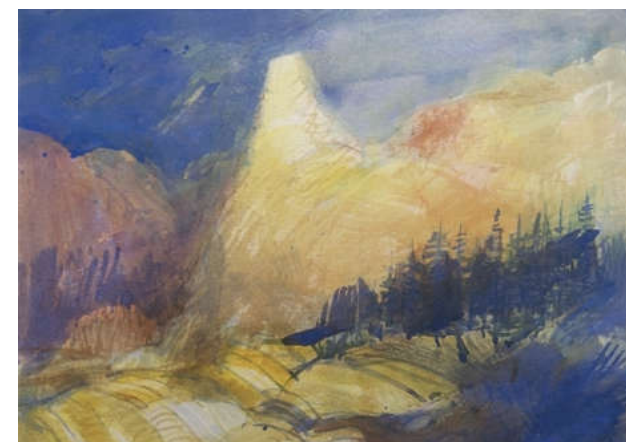
Специфические каналы продвижения – проводимые в электронном виде выставки и конкурсы. Количество последних неуклонно растет, участие в них может быть как платным, так и бесплатным. За победу в платных предусматривается денежное вознаграждение, в бесплатных, – как правило, подарки и/или публикация информации о художнике в медийном пространстве. Существует ли прямая зависимость между стоимостью и качественным уровнем, определить

Регина Хагедорн (Германия). Розы (2). 2001 г.
Бумага, акварель. 30,5 x 45 см. *Sherwood Sh., Rix M.* Treasures of Botanical Art. Icons from the Shirley Sherwood and Kew Collections. Kew: Kew Publishing, 2008. P. 112



Миеко Исигава (Япония). Цветущие вишни: *Prunus pendula*.
Бумага на доске, акварель. 87,5 x 42,5 см. *Sherwood Sh., Rix M.* Treasures of Botanical Art. Icons from the Shirley Sherwood and Kew Collections. Kew: Kew Publishing, 2008. P. 103

Франц Голоб (Словения). Острый пик.
Бумага, акварель. 56 x 76 см.
Каталог конкурса Fabriano in Acquarello. Фабриано, 2017. С. 455



довольно сложно. Вероятность победы в конкурсах с высокой стоимостью должна быть очень велика, чтобы компенсировать финансовые затраты. Бесплатные конкурсы – скорее ниша начинающих и дилетантов, надеющихся на благоприятные результаты. Большое количество экспонентов платных конкурсов со средней и высокой стоимостью снижает возможность получить призовое вознаграждение. Исключением являются работы, значительно превышающие средний уровень. В подавляющем большинстве случаев цель авторов – реклама. Большинство онлайн конкурсов проводится в Азии, в Китае и Таиланде существуют государственные и региональные программы поддержки развития художественного образования, в рамках которых проводятся, в частности, крупнейшие конкурсы, выставки и биеннале акварели. Конкурсы, на которых отбор проходит онлайн, стали проводиться регулярно после создания в 2012 году международного акварельного общества IWS (International Watercolor Society [URL: <https://www.iwsglobe.org/>]), причем во многих странах-членах IWS. Этапы, прошедшие онлайн, предшествовали проведению выставок в реальном пространстве. В последнем случае для многих художников это было сопряжено с соблюдением ряда требований таможни и почты при отправке и возврате работ, поэтому онлайн-формат оказался наиболее удобным.

В последнее время растет число российских платформ интернет-конкурсов. Все проекты частные, но некоторые из них аффилированы с творческими союзами, например PCX, МОСХ («Артконтракт» [URL: <https://www.artcontract.ru/>], «Russian Art Week» <https://artweek.ru/index.php/ru/>, «Акварелиум» [URL: <https://www.watercolorium.com/>]), а также с общественными творческими организациями, например Международной Федерацией Акварелистов [URL: <http://www.aquarelfed.ru/>]. Не все они отличаются строгостью профессиональной оценки и объективностью, но тенденция появления таких площадок важна и является скорее положительной для широкого круга авторов.

Приведем пример не совсем обычного международного конкурса, организованного галереей Bindaasart (ноябрь 2019 – январь 2020). Конкурс проходил на бесплатной основе, заявки принимались по электронной почте. Результатом стало присвоение золотых, серебряных и бронзовых наград 160 (!) участникам. Специфика конкурса – только акварельная техника и подача заявок онлайн с фото работ. Учитывая это и сопоставив количество призеров со статистикой крупнейшего 1st World Watercolour Competition 2014 года, можно предположить, что на конкурс поступило от 1000 до 2000 заявок. Следовательно, отмечены были и получили площадку для демонстрации своих работ в Сети около 10–15 % художников, что не так много.



Часто недостатком интернет-конкурсов и, еще в большей степени, электронных выставочных является их непрозрачность. Например, результаты некоторых «удивляют» преобладанием среди лауреатов представителей принимающего региона (см., например, выставки акварели *Castra* (Словения) [URL: <https://www.lokarjevagalarija.spletarnes.si/category/razstave/>]).

Более достойно выглядят организаторы конкурсов, в которых призовые места распределяются отдельно между национальными и иностранными художниками (это характерно, например, для Китая: Биеннале в Шэньчжэне, фестиваль акварели в Лушане и др.). При всей сложности описанного выше варианта продвижения художникам не сле-

дует от него отказываться. Интересно, что во Франции еще недавно многие выставки и художественные фестивали, даже такие представительные, как парижский Салон графики и акварели *Salon du Dessin et de la Peinture à l'Eau* [URL: <http://www.peinturealeau.com>], принимали заявки только в бумажном виде (письма), активное использование электронных форм началось два-три года назад.

Результатом ухода в виртуальное пространство становится изменение состава экспонентов: расширяется присутствие иностранных участников, уходят авторы, которые по тем или иным причинам не используют цифровые технологии. Возникают группы художников, не представленных в веб-пространстве, более сильных профессионалов, имеющих свои сайты и аудиторию, и тех, кто находится преимущественно в пространстве социальных сетей.

Заметим, что некоммерческие каналы, выполняющие главным образом информационные функции, довольно несложно трансформировать в коммерческие. Это про-



Майкл Кинг (Франция). Рыбалка в Фуцзяни. Гуашь. Каталог *Salon du Dessin et de la Peinture à l'Eau*. Париж, 2014. С. 57



Эндре Пеновац (Сербия). Гордость. Бумага, акварель. 56 x 76 см. Каталог конкурса *Fabriano in Acquarello*. Фабриано, 2017. С. 44

ФОТО: SALON DU DESSIN ET DE LA PEINTURE À L'EAU, PARIS, 2014. P. 57

ФОТО: FABRIANO IN ACQUARELLO, FABRIANO, 2017. P. 44



исходит, в частности, в формате виртуальных галерей. Творческие союзы и общественные творческие объединения нередко предоставляют интернет-площадки для размещения работ своих членов (каталог МСХ [URL: <http://www.artanum.ru/arts/>], страница сайта Международной Федерации Акварелистов [URL: http://www.aquarelfed.ru/?page_id=267] и др.). Упомянутые площадки не предназначены для продаж. Ряд ресурсов в формате галерей, напротив, ориентирован на продажи, некоторые из них предоставляют возможность бесплатной публикации фото произведений, другие взимают комиссию с продаж [URL: <https://www.artnow.ru/>; URL: <http://www.artrussia.ru/>; URL: <https://www.artsgallery.pro/>; URL: <https://www.artmaieur.com/ru/> и др.].

Собственный сайт художника возможно использовать не только в качестве информационной, но и коммерческой площадки, тем более, что налоговое регулирование в области интернет-продаж довольно либерально. Для авторов сайт становится мощным аналитическим ресурсом, позволяющим оптимально определять коммерческую стратегию [сравнение Яндекс.Метрики и Google Analytics. URL: <https://www.pr-cy.ru/lib/seo/Sravnenie-Yandeks-Metrika-i-Google-Analytics/>].

В России, по данным исследования Инны Седых [Седых И. Искусство на торгах. Как устроен российский арт-рынок!] более ста влиятельных галерей занимаются продажами работ современных художников. Интернет-галерей меньше (российских площадок пока около нескольких десятков, причем рынок еще не стабилизировался, одни галереи закрываются, другие – открываются), однако доступ в них для авторов, как правило, проще и не столь затратен. Перспективы сотрудничества с этими виртуальными посредниками, таким образом, определяются ненасыщенностью художественного рынка в веб-среде, а также низкими финансовыми барьерами для входа в эту нишу. Последнее важно, прежде всего, для начинающих и неизвестных широкой публике живописцев. Несомненным достоинством путей веб-продвижения является возможность взаимодействия с наднациональными ресурсами [Любимова А. Взаимодействие искусства и интернета. Как продать свое искусство в Интернете: жить успешной творческой жизнью на собственных условиях²]. При отсутствии таких каналов для участия в конкурсе или выставке в другой стране художнику необходимо преодолевать не только профессиональные, но прежде всего логистические и административные барьеры. Получение необходимых разрешений на вывоз, отправка и возврат оригиналов произведений,



Энн Фаррер (Австралия). Ливанский кедр. Бумага, акварель. 55 x 68 см. *Sherwood Sh., Rix M. Treasures of Botanical Art. Icons from the Shirley Sherwood and Kew Collections.* Kew: Kew Publishing, 2008. P. 85

страхование требуют дополнительных усилий и финансовых издержек и могут стать серьезным препятствием. Переход в интернет-пространство полностью или частично решает эти проблемы и позволяет больше времени и сил уделять собственно творчеству.

Несмотря на очевидную привлекательность цифровых ресурсов, они все же требуют определенных затрат, временных и финансовых. Для оценки эффективности, или так называемого IT-эффекта (устойчивое понятие) проектов в сфере культуры и искусства существуют подходы, сходные с теми, которые применяют в других бизнес-средах [Vecherskaya S. E. IT Effect Assessment for Non-profit Organization // International Journal of Recent Technology and Engineering. November 2019. Volume 8. Issue 4. pp. 8854–8858³]. Технология продвижения должна определяться задачами, поставленными перед собой автором, и возможностями, которые он получает от тех или иных каналов. Стоимость использования цифровых средств невысока, при этом выбор виртуальных конкурсов и выставок довольно широк и участие в них помогает обрести не только общественное признание, но и коммерческую выгоду. В целом презентация произведения искусства в интернете позволяет точнее оценивать результат творческой работы и, как следствие, сделать более осознанный выбор в пользу того или иного ресурса.

Современные цифровые технологии предоставляют удобные форматы коммуникации для авторов и посредников, они создают новые возможности для начинающих художников, но могут также оказаться полезными и уже известным мастерам.

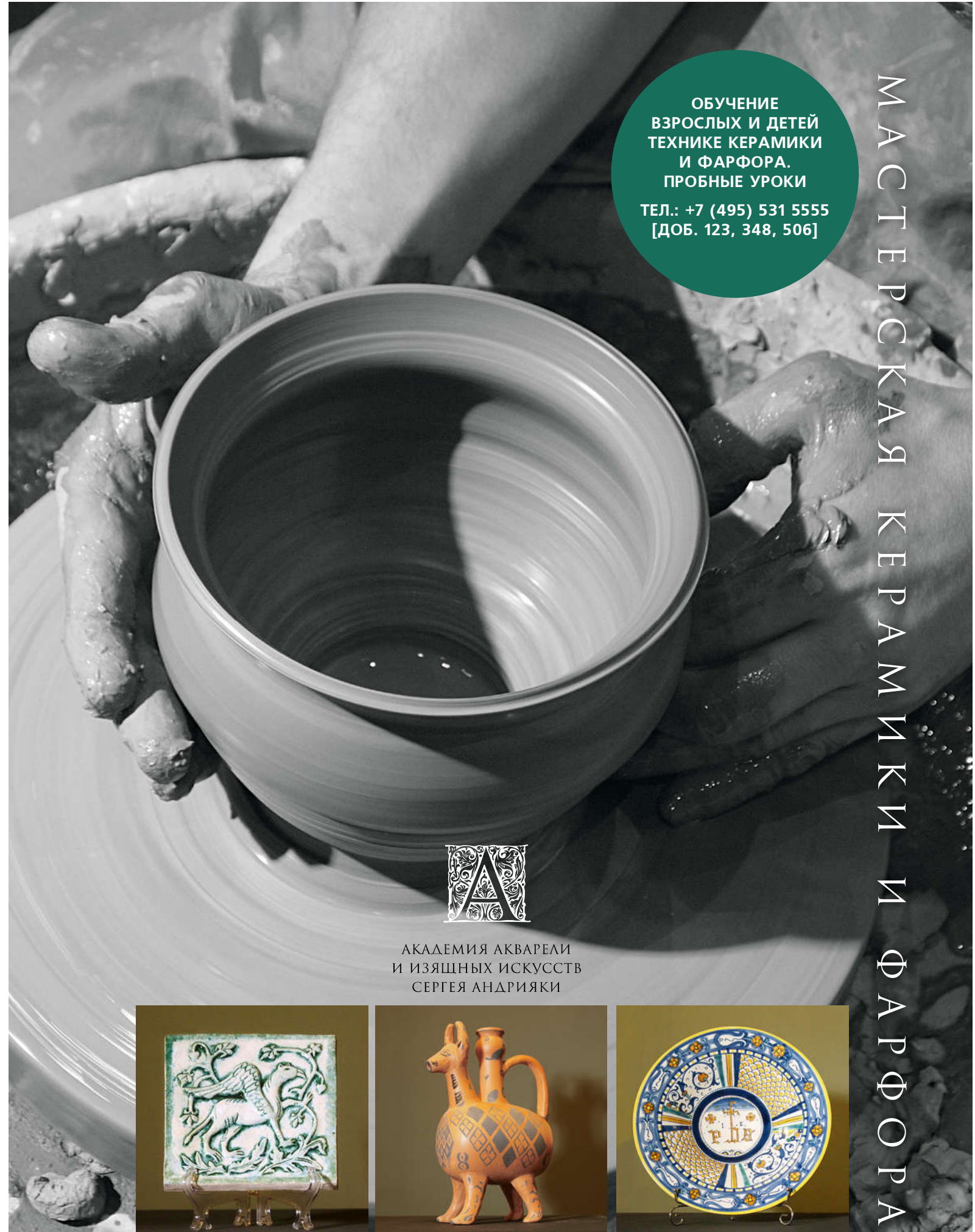
¹ URL: <https://www.iq.hse.ru/news/256845516.html> (дата обращения: 24.08.2020).
² URL: <https://www.lubimart.com/internetart> (дата обращения: 24.08.2020).
³ URL: <https://www.ijrte.org/wp-content/uploads/papers/v8i4/D9479118419.pdf> (дата обращения: 24.08.2020).



Брайан Пул
(Новая Зеландия).
Древесный папоротник:
Cyathea dealbata.
Офорт. 42 x 56 см.
Sherwood Sh., Rix M.
Treasures of Botanical Art.
Icons from the Shirley
Sherwood and Kew
Collections.
Kew: Kew Publishing, 2008.
P. 230

Библиография

1. Генкин А., Михеев А. Блокчейн: Как это работает и что ждет нас завтра. М.: Альпина Пабlishер, 2017. 592 с.
2. Единый художественный рейтинг. URL: <http://rating.artunion.ru/electronic.htm> (дата обращения: 28.08.2020).
3. Любимова А. Взаимодействие искусства и интернета. Как продать свое искусство в Интернете: жить успешной творческой жизнью на собственных условиях. URL: <https://www.lubimart.com/internetart> (дата обращения: 28.08.2020).
4. Седых И. Искусство на торгах: Как устроен российский арт-рынок. URL: <https://iq.hse.ru/news/256845516.html> (дата обращения: 28.08.2020).
5. Рейтинг конструкторов сайтов (ТОП10). URL: <https://www.internet-technologies.ru/review-of-website-builder.html> (дата обращения: 28.08.2020).
6. Рейтинг хостингов. URL: https://hostotop.ru/rating/?utm_source=hostotop-direct&utm_medium=cpc&utm_campaign=30454834&utm_content=8519399538&utm_term=19464035104&rid=213&pos=premium3&yclid=1393041331845625600 (дата обращения: 28.08.2020).
7. Системный обзор 8 социальных сетей. URL: <https://softolet.ru/socialnye-seti/sistemnyj-obzor-8-setej.html> (дата обращения: 28.08.2020).
8. Сравнение Яндекс.Метрики и Google Analytics. URL: <https://pr-cy.ru/lib/seo/Sravnenie-Yandeks-Metriki-i-Google-Analytics> (дата обращения: 28.08.2020).
9. Что выбрать вместо Instagram: 5 аналогов. URL: <https://ichip.ru/sovety/chto-vybrat-vmesto-instagram-5-analogov-272162> (дата обращения: 28.08.2020).
10. Vecherskaya S. E. IT Effect Assessment for Non-profit Organization // International Journal of Recent Technology and Engineering. 2019. Volume. 8. Issue 4. pp. 8854–8858.
11. [сайт] URL: <http://artanum.ru/arts/> (дата обращения: 28.08.2020).
12. [сайт] URL: <https://artcontract.ru/> (дата обращения: 28.08.2020).
13. [сайт] URL: <https://www.artmajeur.com/ru/> (дата обращения: 28.08.2020).
14. [сайт] URL: <https://artnow.ru/> (дата обращения: 28.08.2020).
15. [сайт] URL: <http://artrossia.ru/> (дата обращения: 28.08.2020).
16. [сайт] URL: <https://www.artsgallery.pro/> (дата обращения: 28.08.2020).
17. [сайт] URL: <https://artweek.ru/index.php/ru/> (дата обращения: 28.08.2020).
18. [сайт] URL: <http://aquarelfed.ru/> (дата обращения: 28.08.2020).
19. [сайт] URL: http://aquarelfed.ru/?page_id=267 (дата обращения: 28.08.2020).
20. [сайт] URL: <https://www.bindaasart.com/copy-of-online-art-exhibition> (дата обращения: 28.08.2020).
21. [сайт] URL: <https://www.internet-technologies.ru/review-of-website-builder.html> (дата обращения: 28.08.2020).
22. [сайт] URL: <https://iwsglobe.org/> (дата обращения: 28.08.2020).
23. [сайт] URL: <https://lokarjevagalarija.splet.arnes.si/category/razstave/> (дата обращения: 28.08.2020).
24. [сайт] URL: <http://www.peinturealeau.com> (дата обращения: 28.08.2020).
25. [сайт] URL: <https://www.watercolorium.com> (дата обращения: 28.08.2020).
26. [сайт] URL: <https://1wordstat-yandex.ru/top-10-konstruktorov-sajtov> (дата обращения: 28.08.2020).



ОБУЧЕНИЕ
ВЗРОСЛЫХ И ДЕТЕЙ
ТЕХНИКЕ КЕРАМИКИ
И ФАРФОРА.
ПРОБНЫЕ УРОКИ
ТЕЛ.: +7 (495) 531 5555
[ДОб. 123, 348, 506]



АКАДЕМИЯ АКВАРЕЛИ
И ИЗЯЩНЫХ ИСКУССТВ
СЕРГЕЯ АНДРИЯКИ

ЗАКАЗ КЕРАМИКИ И ФАРФОРА: +7 (495) 531 5555 MASTERSKIE@ACADEMY-ANDRIAKA.RU

АВТОРСКИЕ РАБОТЫ, КОПИИ,
МОНУМЕНТАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ, ЭЛЕМЕНТЫ ДЕКОРА ИНТЕРЬЕРА