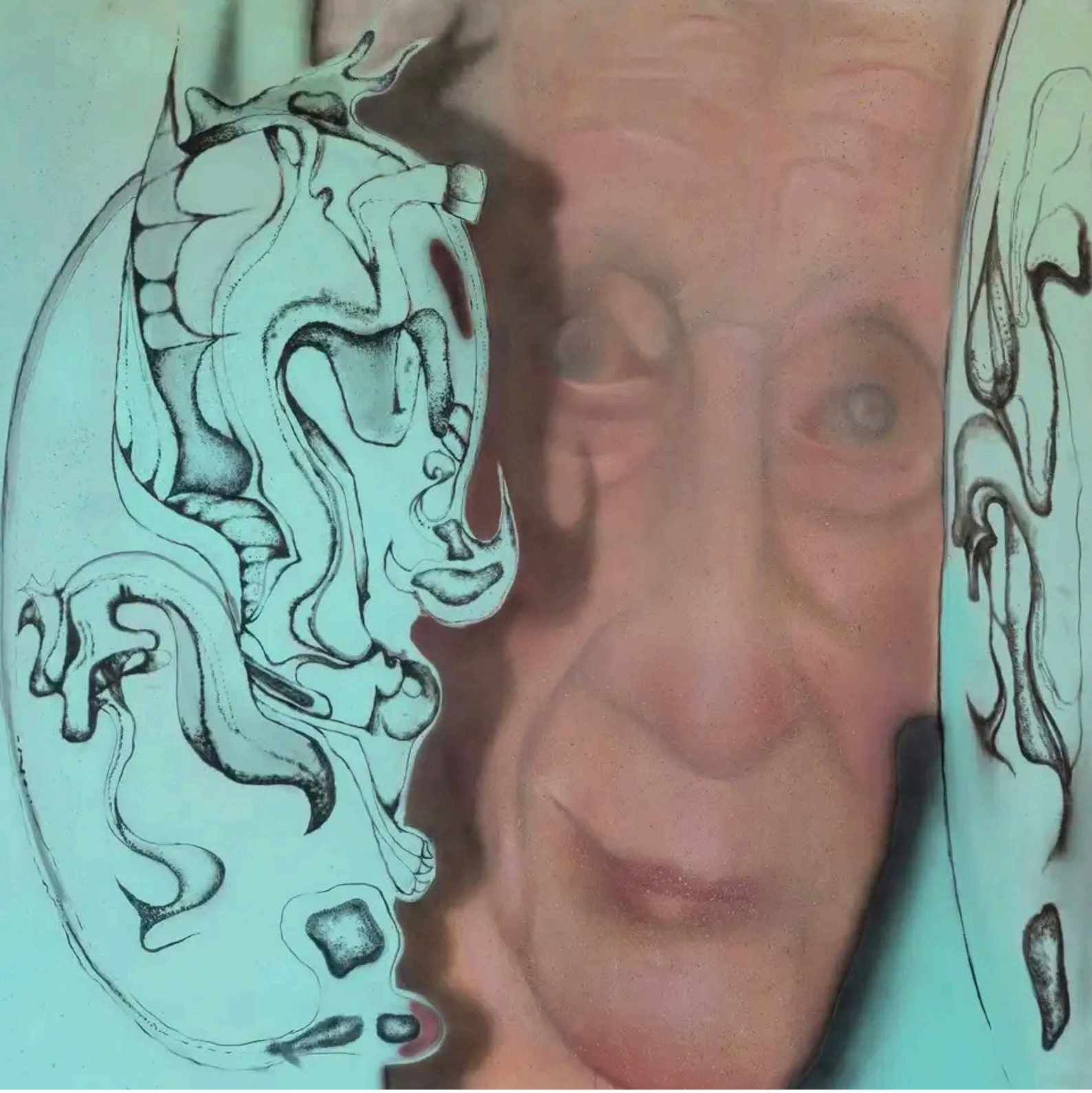


I RAPORT O STANIE MŁODEJ POLSKIEJ SZTUKI

K MAG

BEST FASHION MEDIA

RESERVED

LG

Okładka raportu:
Kasia Mazur,
„Ja jak będę mieć 100 lat”,
cykl obrazów „Belzebubu”

MECENAT RESERVED

- Moda i sztuka od zawsze pozostają w naturalnym dialogu – obie dziedziny czerpią z obserwacji świata, kultury i zmieniających się społecznych trendów. W Reserved ten dialog jest ważną częścią naszej codziennej pracy. Współpracujemy z Artystami i Twórcami przy projektach wizualnych, sesjach, kampaniach czy tworzeniu przestrzeni naszych sklepów i witryn. Dlatego z zainteresowaniem angażujemy się w projekt poświęcony młodej polskiej sztuce. Chcemy nie tylko obserwować, ale także wspierać Twórców, których świeże spojrzenie i odwaga w poszukiwaniu nowych form są ważnym elementem współczesnej kultury.

Komentuje Agata Sawicka, dyrektor ds. komunikacji wizualnej RESERVED Visual Communication



K MAG ORAZ WYDAWNICTWO BEST FASHION & MEDIA, CZĘŚĆ BESIM GROUP, POŁĄCZYŁY SIŁY, BY ZBADAĆ STAN MŁODEJ SZTUKI W POLSCE

Tworząc wspólnie raport, postawiliśmy sobie jasny cel: zbudowanie infrastruktury, która skróci dystans między artystą a odbiorcą. Młoda polska sztuka znajduje się w fascynującym punkcie zwrotnym – pełna jest bezkompromisowej energii, odwagi i twórczego dojrzenia, ale wciąż napotyka na bariery widoczności i rynkowego usystematyzowania. Dziś bardziej niż kiedykolwiek młoda polska sztuka potrzebuje przede wszystkim stabilnych i przejrzystych fundamentów: czytelnych reguł gry, merytorycznego wsparcia oraz mechanizmów, które pozwolą artystom bez przeszkód docierać ze swoim głosem do kolekcjonerów, galerii i szerokiej publiczności.

- Młodzi twórcy chcą być nie tylko artystami, ale i świadomymi uczestnikami obiegu gospodarczego – potrzebują jednak jasnych reguł gry, transparentności wycen oraz dostępu do profesjonalnej infrastruktury - komentuje Weronika Adamowicz, CEO BFM Group.



Joanna Mroczkowska, Dyrektor Zarządzająca BFM Group, pomysłodawczyni projektu dodaje,

- Partnerstwo z magazynem K MAG było dla nas naturalnym i absolutnie kluczowym krokiem. Redaktor naczelny Mikołaj Komar od lat z niezwykłym wyczuciem i bezkompromisową pasją odkrywa oraz promuje młode talenty w Polsce, udowadniając, że świeże spojrzenie na sztukę ma ogromną siłę rażenia. Łącząc nasze kompetencje wydawnicze i analityczne z doświadczeniem oraz wrażliwością zespołu K MAG, chcemy dać głos, ale i trwale obecną przestrzeń na rynku. Publikacja Raportu to pierwszy krok na drodze do stworzenia spójnego ekosystemu, w którym młodzi twórcy zyskają nie tylko zasłużoną widoczność, ale przede wszystkim partnerów do budowania stabilnej, rynkowej przyszłości.

Joanna Mroczkowska,
Weronika Adamowicz,
fot. Szymon Brzóska

- Wspólnie przyglądamy się problemom, wyzwaniom oraz szansom, z którymi mierzą się rodzime osoby artystyczne. W tym celu na bazie ankiety, której próba objęła 124 respondentów oraz przy wsparciu głosów eksperckich wskazujemy na kluczowe obszary zmian, przyglądamy się rynkowej pozycji młodych twórców, a także sprawdzamy, jaką rolę w zakresie promocji i sprzedaży pełnią media społecznościowe oraz zastosowanie nowych technologii.

Mówi Natalia Żelazowska, sekretarzyni redakcji K MAG, odpowiedzialna za opracowanie raportu



Natalia Żelazowska, fot. Julia Mosińska

Mikołaj Komar, fot. Anna Mróz



Od 18tu już lat istnienia K MAG-a stawiamy na szukanie i promowanie nowych twarzy kultury. W każdym wydaniu papierowego magazynu skupiamy się na rodzimych artystach (Polska + wschodnia Europa) zarówno w tworzeniu materiałów jak i przedstawianiu wybranych postaci. Rownolegle zbudowaliśmy przez te lata platformę dla kreatywnych dusz na naszym portalu KMAG.PL gdzie w zakładce wasze prace każdy możne pokazywać swoją twórczość a my wybieramy stamtąd najlepszych (zgromadziliśmy już tam ponad 60 000 prac i rośnie). Współpraca z BFM jest znakomitym rozszerzeniem naszej misji i skutecznym powiększeniem grona naszych odbiorców. Od początku istnienia lubimy łączyć rożne światy i dobrze nam to wychodzi! Dziękujemy Asi Mroczkowskiej za inicjatywę połączenia naszych sił w tym szczytnym celu i mamy nadzieję na kolejne wspólne działania.

Dodaje Mikołaj Komar, redaktor naczelny i dyrektor kreatywny magazynu K MAG

METODOLOGIA I DEMOGRAFIA

Wśród respondentów biorących udział w ankiecie przeważają osoby w przedziale wiekowym 26–35 lat (49 osób) oraz 36–45 lat (38 osób). Najmłodsza grupa (18–25 lat) liczy 25 osób, zaś starsze roczniki stanowią marginalną część reprezentantów. Większość badanych (ok. 55%) ukończyła uczelnię artystyczną, 13 osób jest w trakcie studiów, a 43 osoby nie mają wykształcenia kierunkowego. Największa część badanych tworzy profesjonalnie od 1 do 5 lat (67 osób), 6-10 lat (30 osób) oraz 11-20 lat (25 osób). Wśród dominujących obszarów działalności znajdują się malarstwo i fotografia.



Helena Stiasny, „Malarka i modelka”,
olej na płótnie, 120 × 180 cm, 2025

EDUKACJA A RYNEK I PRZYGOTOWANIE DO DZIAŁALNOŚCI

Podejmując próbę oceny stanu młodej sztuki w Polsce, nie możemy pominąć aspektu edukacji oraz przygotowania aspirujących artystów do podjęcia dalszych kroków na rynku pracy. Jak wskazują wyniki ankiety, uczelnie artystyczne w kraju są oceniane bardzo nisko (średnia 1.87 w skali 1–5, przy medianie 2.0) pod względem jakości pomocy i efektywności w zakresie oferowanych narzędzi potrzebnych do dalszej działalności artystycznej. Zdecydowana większość wskazała ocenę 1 (42 osoby).

W zakresie edukacji, w skali 1-5, znikoma ilość respondentów wskazuje na bardzo dobry poziom wiedzy z zakresu biznesu oraz kwestii urzędowo-administracyjnych tj. znajomości umów, praw autorskich czy podatków. Zarówno mediana, jak i średnia odpowiedzi wynosi 3.

- Instytucje wprost wskazują, że programy edukacji artystycznej w niewystarczający sposób kształcą w zakresie ekonomii, zawierania umów czy rozliczania podatków, więc młody artysta często nie ma pojęcia, jak funkcjonować na rynku. Z naszego doświadczenia wynika, że artyści nawet nie są w pełni świadomi czym są galerie komercyjne, targi sztuki i generalnie rynek sztuki - punktuje dr Katarzyna Młyńczak-Sachs - prezeska Krupa Art Foundation.



Jakub Pojda, kurator sztuki oraz prowadzący dział Sztuka w magazynie „K MAG” zauważa, że problemem jest nie tylko selekcja przedmiotów czy treści, ale też pedagogiczne podejście, które różni się od tego praktykowanego na zagranicznych uczelniach.

- Dość często słyszę, że młodzi artyści są zwyczajnie nierozumiani. Nie wiem, czy tak jest i czy zawsze tak było. Natomiast ci sami artyści i artystki, którzy wracają z wymian zagranicznych, podkreślają, że tamtejsza kadra akademicka preferuje inny model nauczania niż ten, który wciąż jest kontynuowany u nas – inne spojrzenie i szeroko rozumianą empatię - wyjaśnia.

Większość artystów tworzy obiekty fizyczne (74 osoby). W kwestii sprzedaży sztuki cyfrowej w Polsce 65 respondentów uważa, że brakuje rynku, a polski kolekcjoner nadal wymaga „fizycznego obiektu”.

Jakub Pojda, fot. Anna Mróz

UTRZYMANIE ZE SZTUKI I WARUNKI PRACY

Rynek sztuki, jak zauważają respondenci oraz eksperci, jest dynamiczny, a próg wejścia stale się zmienia przez różne czynniki, w tym media społecznościowe. Za największą barierę uznano brak kontaktów (52 osoby) oraz brak promocji (17 osób) i pieniędzy (18 osób). Ocena ogólnej dostępności rynku sztuki dla młodych twórców plasuje się pośrodku skali (średnia 2.48 / 5).
- Z wejściem do profesjonalnego obiegu jest niestety trochę tak, że trzeba zostać do niego zaproszonym. Oczywiście robi się wszystko, żeby przyciągnąć uwagę tych, którzy mogą dać Ci wstęp, ale czy ostatecznie go dostaniesz?
- komentuje artystka Helena Stiasny.



Helena Stiasny, fot. archiwum artystki

Dominującą przestrzenią roboczą jest dom lub połączony pokój (64 osoby). Samodzielną pracownię posiada 28 ankietowanych. Znaczna część twórców spędza dużą ilość czasu na sprawach organizacyjnych (marketing, biurokracja, logistyka). 33 osoby deklarują podział 60% organizacja / 40% twórczość. niebagatelny wpływ na rozkład sił w tym zakresie mają kwestie ekonomiczne. **- Po studiach trudno utrzymać się wyłącznie z twórczości, dlatego wiele osób podejmuje pracę zarobkową. Ta z kolei pochłania czas i energię, które mogłyby zostać przeznaczone na rozwój artystyczny - mówi artystka Karolina Żądło.**

Zapytani o wycenę swoich prac, ankietowani najczęściej wskazywali próg między 500 a 1.5 tys. zł (31% spośród udzielonych 90 odpowiedzi), ok. co piąty sprzedaje twórczość za kwotę między 1.5 tys. a 3 tys. zł. Jednocześnie, najczęstszym źródłem ich dochodu jest praca niezwiązana ze sztuką (ok. 55% wszystkich ankietowanych), a następnie sprzedaż prac i zlecenia komercyjne. Stypendia oraz granty stanowią margines dochodowy - wskazuje je kolejno 10 i 6%. Najwięcej osób sprzedaje prace kilka razy w roku (45 osób), natomiast aż 29 jeszcze nigdy tego nie zrobiło.



Karolina Żądło, fot. archiwum artystki

BEZ PODSTAWOWEGO POCZUCIA STABILNOŚCI TRUDNO JEST POŚWIĘCIĆ WYSTARCZAJĄCO DUŻO CZASU I ENERGII NA ROZWIJANIE WŁASNEJ PRAKTYKI ARTYSTYCZNEJ

AGATA RODRIGUEZ



Agata Rodriguez, fot. Joanna Czarnota

- Bez podstawowego poczucia stabilności trudno jest poświęcić wystarczająco dużo czasu i energii na rozwijanie własnej praktyki artystycznej - zaznacza Agata Rodriguez, wskazując na potrzebę stworzenia lepszych warunków finansowania, większej dostępności przestrzeni do pracy oraz rozwiązań oferującym osobom artystycznym lepsze zabezpieczenie socjalne.

Tomasz Nowak z fundacji Jak Zapomnieć zwraca z kolei uwagę na istotną rolę rezydencji, której praktyka powinna stać się częstsza. - Dają artyście nie tylko miejsce do pracy, ale często również środki na życie i produkcję. Przez określony czas twórca może rzeczywiście skupić się na swojej praktyce, zamiast zastanawiać się, z czego zapłaci czynsz.

Potrzebnych jest
też więcej grantów
i programów skierowanych
bezpośrednio do młodych
artystów. Ważne, żeby
finansowanie obejmowało nie
tylko materiały czy wykonanie
konkretnej pracy, ale również
samą pracę artysty. Czas
poświęcony na research,
eksperymentowanie czy
rozwijanie nowego pomysłu
również jest pracą.



Katarzyna Mlyńczak-Sachs, fot. Bartek Sadowski

PROFESJONALNY ŚWIAT SZTUKI JEST HERMETYCZNY, TRUDNO DOSTAĆ SIĘ DO NIEGO Z ZEWNĄTRZ. KLUCZOWE GALERIE ZARZĄDZAJĄ DOSTĘPEM BARDZIEJ NIŻ SPRZEDAŻĄ – PRACE ICH ARTYSTÓW KRĄŻĄ W OBIEGU RELACJI I SELEKCJI, A NIE NA OTWARTYM RYNKU

DR KATARZYNA MŁYŃCZAK-SACHS

BARIERY, PRAKTYKI NA RYNKU RODZIMYM I WYCHODZENIE Z TWÓRCZOŚCIĄ POZA GRANICE KRAJU

Jak sugeruje Michał Borowik z Borowik Foundation, dla lepszej efektywności systemu, zadania instytucji publicznych i rynku komercyjnego powinny się uzupełniać. Zadaniem pierwszych, jak zauważa, jest tworzyć przestrzeń dla eksperymentu, badań i realizacji projektów, których wartość nie musi przekładać się na sprzedaż. W budowaniu niezależności ekonomicznej jak dowodzi kurator, mogą pomagać galerie komercyjne, poprzez reprezentowanie ich interesów czy dystrybucję twórczości.



Michał Borowik, fot. Natalia Poniatowska, Archiwum Borowik Foundation

Instagram jest pierwszorzędnym kanałem docierania do odbiorców. Z TikToka w tym celu korzysta zaledwie ok. 6% ankietowanych. Na wystawy i galerie wskazuje kolejno 44% i 47%. Ankietowani zapytani o możliwość pokazania swoich dzieł w przestrzeni publicznej, najczęściej wskazywali na udział w konkursie, prezentację w magazynie lub galerii publicznej. 98 ze 124 osób nie współpracuje aktualnie z żadną galerią. 83 spośród 104, które udzieliły odpowiedzi na pytanie, chciałoby takiego zobowiązania się podjąć.

Większość respondentów (71 z 124 osób) sprzedaje swoją twórczość poza granicami kraju, a 67 spośród wszystkich badanych ocenia zagraniczny rynek lepiej lub podobnie niż ten rodzimy pod kątem dystrybucji swoich dzieł.



Helena Stiasny, „Descent", akryl na płótnie, 101× 210 cm, 2025

NIE BRAKUJE NAM SILNYCH OSOBOWOŚCI ARTYSTYCZNYCH, INTERESUJĄCYCH POSTAW I TWÓRCÓW, KTÓRZY POTRAFIĄ PROWADZIĆ DIALOG Z MIĘDZYNARODOWYM ŚWIATEM SZTUKI. BRAKUJE NATOMIAST WARUNKÓW, W JAKICH TE TALENTY MOGĄ SIĘ ROZWIJAĆ

MICHAŁ BOROWIK

ALGORYTMIZACJA SZTUKI, SOCIAL MEDIA I KULTURA CYFROWA

Jak zauważają ankietowani oraz młodzi artyści, social media, szczególnie w ostatnich latach znacząco wpłynęły na to, jak wygląda współczesny rynek sztuki - zarówno od strony odbiorcy i konsumenta, jak również twórcy. Ciężko o jednoznaczne zaklasyfikowanie zmian na lepsze czy gorsze. Jak podkreślają nasi rozmówcy, technologia oraz platformy społecznościowe skróciły dystans między artystą a potencjalnym zainteresowanym, umożliwiły więcej dróg dotarcia oraz rozpowszechniania działalności. Z drugiej strony, zwiększyła konkurencyjność, a niekiedy wypłaszczyła narrację wokół sztuki.

Przytłaczająca większość ankietowanych odczuwa presję ciągłej obecności w sieci. 52 osoby twierdzą, że wpływa to negatywnie na ich zdrowie lub/oraz pracę. 54 czasami spotyka się z tym problemem, ale zaznacza, że udaje im się nad nim panować. Najczęstszym źródłem tzw. social media fatigue jest Instagram/ Threads, za pośrednictwem którego wszyscy ze 118 osób, które odpowiedziały na pytanie, buduje swoją sieć kontaktów.

- Social media są rodzajem trampoliny, dzięki której w bardzo krótkim czasie można wybić się do astronomicznych liczb. Niesie to jednak ze sobą również minusy, bo dostęp do tego ma każdy, a to znaczy, że przebić się jest dziś po prostu trudniej. Teraz każdy prowadzi swój profil i może być poniekąd jednocześnie kuratorem, menadżerem i artystą. Z autopsji wiem, że osoba, która chce robić wszystko, nie jest dobrym rozwiązaniem - zauważa Jakub Pojda.



Kasia Mazur, fot. archiwum prywatne

- Mamy możliwość polegać na sobie, nie jedynie na instytucjach lub kuratorach. Możemy budować siebie sami, wedle własnych kryteriów, to daje dużą wolność - dodaje artystka Kasia Mazur.

Mimo że jak wynika z ankiet, kupcami młodej sztuki są najczęściej osoby prywatne, popularność social mediów w zakresie popularyzacji twórczości, nie stanowi zagrożenia dla instytucji prywatnych czy publicznych, które zajmują się jej prezentacją, wsparciem oraz sprzedażą. - Nie postrzegam przy tym mediów społecznościowych jako zagrożenia dla galerii. Zmienia się po prostu ich rola. Dziś profesjonalna galeria powinna oferować artyście coś więcej niż dostęp do klientów. Jej wartością są wiedza, relacje, zaplecze organizacyjne, opieka nad twórczością i umiejętność umieszczania jej w szerszym kontekście artystycznym - podkreśla Michał Borowik.



Karolina Żądło, „Les Demoiselles du Bout du Monde/Gorgony”, 2025
olej na płótnie, 200 x 180 cm, fot. Marek Gardulski

AI ORAZ NOWE TECHNOLOGIE

Technologie w sztuce wykraczają zdecydowanie poza obszar mediów społecznościowych. Jednym z największych jej wyzwań, ale też i obszarów oferujących możliwość zmiany i rozwoju jest sztuczna inteligencja. 55 ankietowanych osób postrzega AI jako zagrożenie dla indywidualnego stylu oraz praw autorskich i pozycji rynkowej, choć 29 osób korzysta z niej jako narzędzia w swojej praktyce. Największy odsetek respondentów wykorzystuje narzędzia AI do zadań biurowych/pisania tekstów (54 osoby) lub jako narzędzie do burzy mózgów (31 osób); 35 osób całkowicie z nich rezygnuje. 21 ze 102 osób nie oznacza wykorzystania sztucznej inteligencji przy tworzeniu swoich prac, traktując je jako narzędzie wspomagające.

Chociaż segment sztuki wirtualnej oraz dostępnej wyłącznie na cyfrowych nośnikach rośnie, większość ankietowanych zaznacza, że nie tworzy „z myślą o konsumpcji na ekranie” w modelu Digital-First. Jedynie 19 ze 121 osób podkreśla, że głównym narzędziem odbioru ich twórczości jest ekran / VR czy projektor. Większość artystów wykonuje obiekty fizyczne (74 osoby). W kwestii sprzedaży sztuki cyfrowej w Polsce 65 respondentów uważa, że nie ma zdania w kwestii sprzedaży sztuki „wyłącznie cyfrowej”, zaś 29 jest zdania, że polski kolekcjoner nadal wymaga „fizycznego obiektu”.

WNIOSKI

Jak wyjaśnia Tomasz Nowak, wejście artysty do obiegu jest „wypadkową jakości pracy, konsekwencji i umiejętności poruszania się w środowisku, ale również dostępu do realnych możliwości i zaplecza finansowego”. Nie tylko talent, ale również szereg uwarunkowań, które pojawiają się na drodze twórców, determinują ich sukces oraz możliwość rozwoju.

Mimo rosnącej niezależności oraz większego wachlarza możliwości, które osobom artystycznym zapewniają media społecznościowe, młodzi twórcy w Polsce wciąż mierzą się z serią wyzwań.

Uczelnie artystyczne, które w ogólnym mniemaniu niezmiennie figurują jako miejsca kształcące i wychowujące przyszłych artystów, potrzebują przekształcenia oraz lepszego dostosowania swojego programu kształcenia do aktualnych realiów rynkowych, a także kwestii prawno-podatkowych, administracyjnych czy marketingowych, które zapewniłyby młodym twórcom umiejętności oraz narzędzia niezbędne do budowania kariery po opuszczeniu uczelnianych murów.

Wyzwaniem niezmiennie pozostają również aspekty finansowe oraz konieczność łączenia pracy artystycznej z pracą zarobkową. Przeważająca część młodych artystów nie utrzymuje się wyłącznie ze sztuki. Dodatkowo zwraca uwagę na brak infrastruktury, pozwalającej tworzyć ją poza miejscem zamieszkania.

- Pojedyncza wystawa, nagroda czy rezydencja nie wystarczą, aby zbudować trwałą karierę. Brakuje rozwiązań pozwalających artystom pracować i rozwijać się przez dłuższy czas, bez konieczności podporządkowywania każdej decyzji artystycznej bieżącej sytuacji finansowej. Dotyczy to zarówno dostępu do pracowni i środków na produkcję, jak i wynagrodzenia za pracę twórczą oraz podstawowego bezpieczeństwa socjalnego - podkreśla Michał Borowik.



Tomasz Nowak fot. archiwum prywatne

Media społecznościowe mają szeroki wpływ na rynek sztuki, pozycjonowanie młodych twórców oraz dystrybucję ich dzieł, również poza granicami kraju. Niemniej jednak artyści podkreślają, że brak sieci kontaktów wciąż jest dla nich jednym z największych wyzwań. Nie chcą działać w izolacji. Zdecydowana większość pragnie współpracy z galeriami oraz potrzebuje przestrzeni networkingowych i dostępu do baz kolekcjonerów. W tym celu niejednokrotnie sami współtworzą inicjatywy oddolne czy miejsca promujące twórczość.

- Młodzi artyści i artystki są dziś znacznie bardziej niezależni w budowaniu swojej drogi zawodowej. Nie czekają wyłącznie na zaproszenie ze strony galerii czy instytucji, ale coraz częściej sami tworzą sobie przestrzeń do działania – otwierają własne miejsca, zawiązują kolektywy, organizują wystawy i wydarzenia, a także próbują swoich sił poza tradycyjnym obiegiem galerii i instytucji. Dużą rolę odgrywają oczywiście także media społecznościowe, które pozwalają bezpośrednio docierać do odbiorców, innych artystów, kuratorów czy instytucji. Zmienił się więc nie tylko sposób prezentowania sztuki, ale też samo myślenie o budowaniu kariery - Agata Rodriguez.

O ile większość ankietowanych stale korzysta z social mediów, tak w przypadku wykorzystania sztucznej inteligencji w zakresie swojej pracy, wykazuje większą nieufność i sceptycyzm. AI jest traktowane z dużą rezerwą, głównie z obawy o prawa autorskie, natomiast rynek polskiej sztuki wciąż w zdecydowanej mierze skupia się na fizycznych formatach, rzadko kiedy traktując digitalowe formy pierwszorzędnie.



Karolina Żądło, „Ulotny smak truskawki lub poziomki”, 2025, olej na płótnie, 120 × 140 cm, fot. Anna Stankiewicz

POTRZEBY I REKOMENDACJE

Młoda sztuka w Polsce jest w fazie wysokiego rozwoju, ale by budować swoją pozycję, potrzebuje kompleksowego wsparcia, a także szeregu zmian na poziomie systemowym, który lepiej wesprze artystów nie tylko tych, którzy już uzyskują rozgłos, ale też tych stawiających pierwsze kroki na ścieżce kariery.

Następstwem Raportu o stanie młodej sztuki w Polsce jest również wskazanie rekomendacji podpartych oceną ekspertów oraz wybranych osób artystycznych działających m.in. na terenie kraju.

Wśród najczęściej wymienianych kwestii jest wprowadzenie modułów biznesowych, prawnych i marketingowych przygotowujących do realiów rynku w ramach uczelni artystycznych.

- Potrzebujemy rynku, który nie tylko sprzedaje sztukę, ale rzeczywiście uczestniczy w jej rozwoju - inwestuje w artystów, buduje ich pozycję i pomaga kolekcjonerom lepiej rozumieć to, co kupują. I jeszcze szerszej zmiany tj. większego społecznego zrozumienia dla roli sztuki i pracy osób artystycznych. Potrzebujemy świadomości, że sztuka nie jest wyłącznie dodatkiem czy dobrem luksusowym, ale ważną częścią życia społecznego i kultury. Za praktyką artystyczną stoją czas, wiedza, doświadczenie i konkretna praca, które również powinny być odpowiednio doceniane - wskazuje Agata Rodriguez.

POTRZEBUJEMY ŚWIADOMOŚCI, ŻE SZTUKA NIE JEST WYŁĄCZNIE DODATKIEM CZY DOBREM LUKSUSOWYM, ALE WAŻNĄ CZĘŚCIĄ ŻYCIA SPOŁECZNEGO I KULTURY

AGATA RODRIGUEZ

Eksperci i artyści wskazują na potrzebę tworzenia otwartych programów mentoringowych oraz przejrzystych polityk wystawienniczych, a także budowanie platform łączących bezpośrednio młodych twórców z nową falą kolekcjonerów (targi, transparentne bazy danych, fizyczne i cyfrowe wydarzenia networkingowe).

- Polscy artyści mają wiele do zaoferowania, ale sama jakość twórczości nie zapewnia jeszcze międzynarodowej widoczności. Potrzebne są osoby i instytucje, które potrafią tę twórczość odpowiednio przedstawić i konsekwentnie rozwijać jej obecność poza krajem. Dlatego tak ważne jest wspieranie nie tylko samych artystów, ale również galerii, kuratorów i niezależnych organizacji, które budują pomost pomiędzy polską sceną artystyczną a zagranicą - mówi Michał Borowik.



Karolina Żądło, „Steno/Rosa”, 2025,
120 cm x 100 cm, fot. Marek Gardulski

By młoda sztuka mogła się rozwijać, niezbędne jest lepsze zabezpieczenie finansowe oraz oferowanie zaplecza do pracy twórczej. - Takie systemy oczywiście już istnieją, ale dobrze wiemy, że nie działają wydajnie. Ja wiem, że młodzi artyści i artystki sobie poradzą. To naprawdę świetni płodni twórcy, którzy nie mają problemu ze znalezieniem miejsca wystawienniczego czy z nawiązaniem kontaktu z instytucją. Oni się przebiją. Potrzebują tylko miejsca, trochę więcej czasu i zabezpieczenia podstawowych potrzeb - zauważa Jakub Pojda.

Poza zmianami wymiernymi dotyczącymi dostępności, programów finansowania czy wsparcia instytucjonalnego, równie istotnym elementem prowadzącym do zmian w obrębie rynku jest ewolucja społecznego podejścia nie tyle do samej sztuki, co również do roli artysty. Helena Stasiny zaznacza, że praca twórcza wciąż bywa romantyzowana w narracji publicznej, a więc traktowana „mniej poważnie”.
- To żadna bohema, to trudny zawód. Jak każdy freelance jest obarczony dużą niepewnością. To praca zarówno intelektualna, jak i fizyczna, wymagająca dużej mobilności i dostępności, a zarobki to często ryzyk-fizyk - podkreśla artystka.



Kasia Mazur

WIERZĘ, ŻE PRZYSZŁOŚĆ MŁODEJ POLSKIEJ SZTUKI ZALEŻY OD JAKOŚCI WSPÓŁPRACY POMIĘDZY ARTYSTAMI, INSTYTUCJAMI, GALERIAMI I KOLEKCJONERAMI. KAŻDA Z TYCH STRON MA INNĄ ROLĘ, ALE WSZYSTKIE SĄ POTRZEBNE, ABY POWSTAŁ DOJRZAŁY I TRWAŁY EKOSYSTEM

MICHAŁ BOROWIK