

На фоне таго штэлю, які назіраўся ў выставачным жыцці Мінска ў апошнія гады, падзеі не так даўно распачатага сезона выглядаюць на сапраўдную буру. Што тут казаць, калі адных толькі біенале за лічаныя месяцы адбылося ажно дзве! А раней нам здавалася, што яны бываюць толькі ў Венецыі... Дый і іншых цікавых праектаў, забяспечаных арыгінальнай канцэпцыяй, у гэты сціслы адрэзак часу не бракавала. Публіка адрэагавала адэкватна: нагамі. Людзей у мінскіх галерэях прыкметна паболела. Адсюль узнікла надзея, што зацікаўлены глядач ізноў, як і калісьці, стане катэгорыяй адносна масавай. З чым звязаны гэты ўсплёск актыўнасці? Ён стаў заканамернай тэндэнцыяй развіцця беларускай арт-прасторы, або выпадковым збегам абставін? І ці варта чакаць працягу?

Думаецца, адказы на гэтыя пытанні залежаць ад імпульту тых, хто шмат у чым вызначае якасць і яркасць сталічнага мастацкага жыцця, — галерыстаў.

— За савецкім часам галерэі у нас наогул не было — хіба што выставачныя залы, — кажа мастак, загадчык аддзела галерэйна-выставачнай дзейнасці Нацыянальнай бібліятэкі Беларусі Фёдар ЯСТРАБ. — Цэнтр мастацкага жыцця быў адзін, і асаблівых творчых высілкаў яго арганізацыя не патрабавала. Аднак цяпер тыя часіны ўжо мінулі, гэта дакладна! І мы разумеем, што адна інстытуцыя не можа зрабіць надвор'я ва ўсім арт-працэсе, — іх павінна быць шмат, яны павінны ў нечым паміж сабою канкуруваць. Развітое мастацкае жыццё можна параўнаць з горнай ракой, якая цячэ ў адным напрамку, але пры гэтым разбіваючыся на дробныя струменьчыкі. Бетоннае рэчышча яму не пасуе.

Гэты новы фармат мастацкага жыцця ў нас яшчэ толькі прыжываецца. Спецыялісты налічваюць у Мінску з тузін галерэй, абавязкова агаворваючыся пры гэтым, што дзейнасць большасці з іх не вызначаецца ні сваёй стабільнасцю, ні маштабнасцю. А колькі іх трэба для паўнаважнага функцыянавання арт-працэсу? Прынамсі, пяцьдзсят, мяркую Фёдар Ястраб, які спалучае практыку з тэорыяй, — ён з'яўляецца таксама і выкладчыкам галерэйнай справы ў Беларускай дзяржаўнай універсітэце культуры і мастацтваў. І тут жа прыводзіць лічбы для параўнання: у Маскве — больш за 300 галерэй, а ў Нью-Йорку — тысячы.

Пытанне пра канкурэнцыю ў галерэйным жыцці Мінска заспявае дырэктар галерэі "Універсітэт культуры" Дзяніса БАРСУКОВА зняцку:

— У нас не так шмат галерэй, каб магла ўзнікнуць канкурэнцыя, — кажа ён. — Да таго ж, мы як установы дзяржаўнай камерцыйнай праектамі не займаемся, таму і дзяліць няма чаго. Здаецца, кожная мінская галерэя ўжо паспела заняць сваю нішу, і змагацца за выжыванне, як гэта даводзіцца многім на Захадзе, няма ніякай патрэбы.

Добра гэта ці не, нават разважаць пакуль няма сэнсу. Як і параўноўваць галерэйную справу за мяжой і ў нас: настолькі розніца іх кантэкст і генезіс. І таму:

— Механічнае перанясенне заходніх арт-тэхналогій на беларускую глебу плёну не прынясе, — перакананы Фёдар Ястраб. — Іншы менталітэт, іншыя абставіны... І зыходзіць у сваёй дзейнасці трэба менавіта з нашых рэалій.

Карціна танней за шпалеры

Галоўнае адрозненне — навідавоку: на Захадзе абсалютная большасць галерэй з'яўляюцца перш-наперш суб'ектамі арт-рынку, імкнучыся не толькі (ці нават не столькі) да культурнай, але і да камерцыйнай мэты, укладаючы грошы ў раскрутку таго ці іншага імя ў надзеі на атрыманне дывідэндаў. На Беларусі камерцыйны тып арт-інстытуцыі бадай не прыжыўся — вядома, калі не лічыць салонаў і розных іншых "гандлёвых пунктаў". Нават прыватныя галерэі існуюць зазвычай на энтузіязме сваіх стваральнікаў, фактычна абстрагуючыся ад функцыі пасрэдніка паміж пакупніком і мастаком. Паспрабуйце задаць запаветнае для ўсіх галерыстаў пытанне: "Колькі?" — і ў адказ вы пачуеце хіба прапанову звязання непасрэдна з аўтарам твора і пераадрасаванне пытанне яму.

Галерэйнае жыццё ў арт-працэсе і сацыяльнай прасторы

Канцэпцыя "горнай ракі"

— Грошай наша справа не прыносіць ніякіх, толькі радасць! — кажа Валентіна Свяцкая, гаспадыня галерэі "Падземка".

"Гартаючы" электронны каталог праведзеных выставак, у гэта ахвотна верыш. Тут спецыялізуецца зусім не на тых творах, якія можна дапасавать да колеравай гамы інтэр'ера. Галерэя прыцягвае перадусім моладзь — і прыцягвае магчымасцю (для Мінска бадай унікальнай) зрабіць свой уласны аўтарскі праект, хай і ў сціслых умовах. "Падземка" ахвотна супрацоўнічае нават з самымі што ні ёсць пачаткоўцамі — і гэта, між іншым, становіцца вынікі некамерцыйнага статусу галерэі.

Але агулам прычына такой сітуацыі не столькі ў "бясрэбранасці" ўдзельнікаў мастацкага працэсу, колькі ў стане айчынага арт-рынку, які, карыстаючыся медыцынскай лексікай, можна ахарактарызаваць словамі "стабільна цяжкі". Незайздросны досвед тых устаноў, якія ставілі сабе за галоўную мэту заробак грошай на мастацтве, пераканаў усіх аптымістаў у тым, што стымулам у галерэйнай сферы пакуль можа быць толькі энтузіязм. Бо на працэнтах ад мізэрных цэн на творы нашых мастакоў разбагацець нікому не ўдасца.

— У нас ужо з'яўляецца мода на здароўе, мода на густоўныя інтэр'еры і адзенне, — кажа Фёдар Ястраб. — А вось моды на мастацтва пакуль няма. Таму, бывае, прыходзіш да замознага чалавека, і бачыш у яго ў пакоі дзверы за паўтары тысячы долараў, а побач — пейзажык за 50. Папраўдзе сумна тады робіцца! Аднак трэба не столькі наракаць на жыццё, колькі ўсведамляць, што змяніць сітуацыю пакліканы менавіта мы, інакш нічога не будзе.

Галерэя на 22-ім паверсе

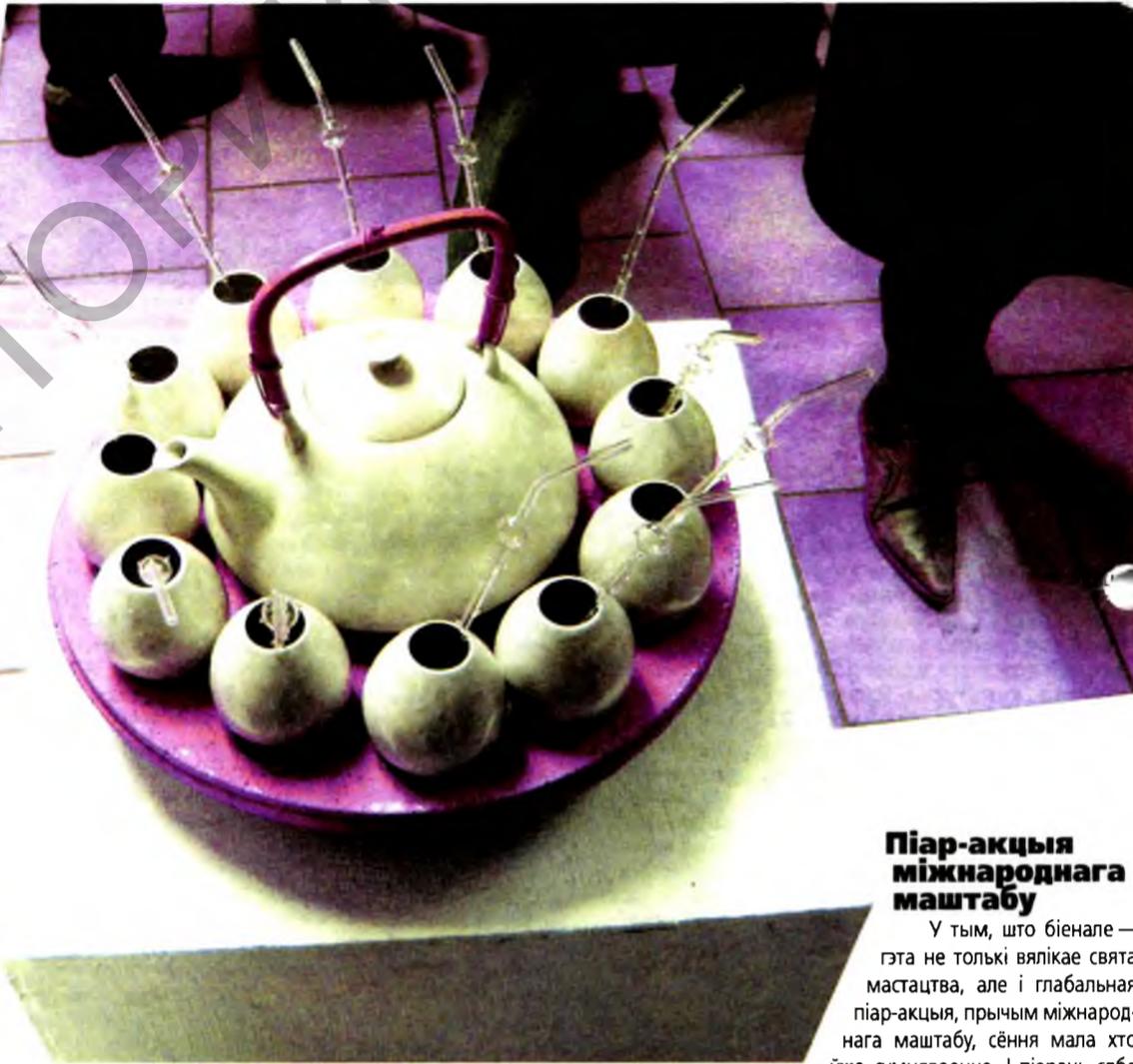
Думаецца, абстрактнае "мы" гэтым разам можна расшыфраваць вельмі канкрэтна. Сапраўды, дзяржаўная галерэя — а няцяжка заўважыць, што сёння рэй у мастацкім жыцці вядуць менавіта яны, — продажам карцін не займаюцца ўжо па вызначэнні. У іх іншыя функцыі і задачы. І адна з

старым будынку "Нацыяналкі" выстаўкі ладзіліся ў адной невялікай зале, прызначанай таксама і для розных імпрэз. Але ж новы будынак мае непараўнальна большыя выставачныя плошчы — агулам каля трох тысяч квадратных метраў. Прычым так сталася не без удзелу Фёдара Ястраба:

— Калі я пабачыў, што праект "дыялянта" прадугледжвае для галерэі толькі адну залу, гэта мяне крыху здзівіла. Усё ж для цэнтра беларускай культуры, якім павінна была стаць — і стала — Нацыянальная бібліятэка, гэтага замала: маштабны праект у такіх умовах не зладзіш. Давалося прыкладзі вялікія намаганні, каб пе-

цяжкі можна назваць міжнароднымі. Толькі сёлета іх адбылося ўжо дзевяць. З іх можна адзначыць дзве выстаўкі-конкурсы: І Міжнародную выстаўку графікі "Арт-лінія" і Мінская міжнародная біенале жывапісу "Colorfest". Калі на іншых мінскіх "зборных" выстаўках прысутнасць замежных аўтараў ледзь адчуваецца, то тут іх часам да 90%.

Навіна пра тое, што беларускія мастакі выстаўляюцца дзесьці за мяжой, нікога не здзіўляе. А вось магчымы масць пабачыць у рамках выставачнага праекта творцаў з добрага тузіна краін у беларускай публіцы надарылася ўпершыню за доўгія гады.



Піар-акцыя міжнароднага маштабу

У тым, што біенале — гэта не толькі вялікае свята мастацтва, але і глабальная піар-акцыя, прычым міжнароднага маштабу, сёння мала хто ўжо сумняваецца. І піарцы сябе

не толькі мастакі, але і дзяржава, безумоўна, здатная арганізаваць і годна правесці такі складаны мастацкі форум.

Першы "Colorfest" такіх глабальных мэт не ставіў — па сутнасці, ён стаў смелай амбітнай заяўкай, пакліканай засведчыць, што вялікая міжнародная акцыя на Беларусі і магчымая, і патрэбная. Праект не меў адпаведнага яго маштабам фінансавання. Па словах Фёдара Ястраба, сабраць прадстаўнічую каманду ўдзельнікаў біенале яму ўдалося перадусім дзякуючы сваім асабістым кантактам, набытым пад час шматлікіх замежных выставак і пленэраў.

— Галерыст не павінен сядзець на месцы, — кажа ён. — Не пакідаючы свайго кабінета многія пытанні вырашыць немагчыма. Адна справа, калі ты знаходзіш цікавага аўтара праз Інтэрнет,

найважнейшых — іміджавая. Прычым гэта тычыцца не толькі іміджа тых устаноў або арганізацый, у чыёй уласнасці галерэі знаходзяцца. Калі "прыватнікі" могуць спецыялізавацца на піары канкрэтных асоб, дык дзяржаўная галерэя пакліканы "піарыць" беларускае мастацтва ў цэлым. Балазе справа гэтая сёння звышактуальная.

— Наша мэта — ажыўляць мастацкае жыццё, прывучаць людзей ім цікавіцца, сведчыць пра тое, што ў беларускім мастацтве няма яркіх здабыткаў, — кажа Фёдар Ястраб. — І праз гэта, дарэчы, уплываць і на арт-бізнес, хай сабе і ўскосна.

Менавіта такім пасылам ён кіраваўся, займаючы сваю цяперашнюю пасаду. Балазе ўмовы ў Нацыянальнай бібліятэцы Беларусі гэта дазваляюць. У

раканец праекціроўшчыкаў у тым, што патрэбны і іншыя выставачныя плошчы. І ў выніку пэўных карэктыв з'явіліся і "Ракурс", і "Лабірынт", і "Мабільная галерэя", і "Панарама", размешчаная на 22-ім паверсе бібліятэкі, на закрытай пляцоўцы агляду, дзе неўзабаве павінна адкрыцца кавярня... Думаю, гэтае месца стане для мінчан і турыстаў адным з улюбёных: там можна будзе не толькі ўбачыць вечаровыя краявіды сталіцы, але і пазнаёміцца з творамі беларускіх мастакоў. А па стварэнні гэткага вялізнага арт-цэнтра ўжо хочам-няхочам трэба было напоўніць раскручваюць махавік выставачнай дзейнасці.

За параўнальна кароткі час новая галерэйная пляцоўка ўжо паспела не абыяк сябе зарэкамендаваць. У ліку яе дасягненняў — праекты, якія без усялякай на-



замест бетоннага рэчыва

а зусім іншая — калі табе давлялася пагутарыць з ім ля вогнішча на нейкім пленэры. Тады і супрацоўніцтва будзе куды лягчэйшым. І нічога страшнага, што адзіць на гэтыя пленэры зазвычай давоцца за свой кошт.

Дарэчы, адметна, што, нягледзячы на мноства вядомых удзельнікаў з розных краін, тытул ганаровага гасця біенале атрымаў наш суайчыннік Аляксандр Родзін — “мастак № 1” культавага берлінскага арт-цэнтра “Тахелес”.

Ці здолее гэтая акцыя развіцца да маштабаў, скажам, Маскоўскай біенале сучаснага мастацтва, пакажа час. Але Фёдар Ястраб спадзяецца, што наступная імпрэза будзе ўжо куды большай — настолькі, што ў залах “Нацыяналкі” ёй стане зацесна. Вядома, дасягнуць гэтага маштабу магчыма адно пры падтрымцы дзяржавы. Тым болей, гэтае месца ў беларускім фестывальным руху пакуль яшчэ пустое: прадстаўнічыя міжнародныя форумы, прысвечаныя кіно, музыцы, тэатру, у нас ужо ёсць, і вельмі дарэчы будзе, калі гэты спіс папоўніцца за кошт выяўленчага мастацтва.

Тым болей, спецыялізацыя форуму менавіта на жывапісе выглядае цалкам дарэчнай (і, як адзначыў ініцыятар падзеі, зусім не сведчыць пра яго кансерватызм і аспрэчванне больш “новых” відаў мастацтва). Магчыма, у будучыні гэтая акалічнасць дапаможа форуму знайсці сваё адметнае месца ў шэрагу падобных, дзе жывапіс у меншасці.

— Мінск мае ўсе падставы, каб прэзентаваць на ролю міжнароднага мастацкага цэнтра, — кажа Фёдар Ястраб. — Але калі мы будзем доўга раскатуравацца, суседзі нас апыра-

дзяць. Сёння яны працуюць у гэтым напрамку актыўней за нас.

Варыянт для “раскрыцця тэмы”

Што адрознівае арт-праект ад “брацкай магілы”? Калі хто не ведае, апошнім тэрмінам на мастакоўска-літаратарскім слэнгу пазначаюць тыя калектыўныя выстаўкі або выданні, якія з’яўляюцца адно кампіляцыйнай разнапланавых твораў пад адной вокладкай або дахам. Што тут хаваць: падобныя выстаўкі ні для кога не ў навіну. І радасці яны зазвычай не прыносяць.

Антонімам гэтаму немастатвазнаўчаму тэрміну — куратарскі праект, забяспечаны ідэяй і канцэптуальным падыходам да выбару ўдзельнікаў. Задача куратара — ухапіць актуальную (або проста цікавую) тэму і раскрыць яе своеасабліва-нечаканым спосабам. У тым выпадку, калі гэта ўдаецца, увага публікі і прэсы непараўнальна большая, чым да “проста выстаўкі”. Пра гэта пераконаўча сведчыць хаця б стабільны ўжо поспех штогадовых “Марцовых катой” пад куратарствам Сяргея Крыштаповіча.

А не так даўно дадаўся новы станючы і маляўнічы прыклад куратарскага праекта. Здаецца, “Арт-бульба”, што расказвала які месяц таму ў галерэі “Універсітэт культуры”, стала сапраўдным рэкардсменам паводле водгукі у СМІ і ўвагі публікі. Больш за тое: нягледзячы на свой добра адчуваальны дасціпны прысмак, выстаўка патрапіла ў спіс мерапрыемстваў ААН,

прысвечаных Году бульбы, і нават атрымала ад гэтай арганізацыі фінансаванне.

Па словах аўтара праекта Дзяніса Барсукова, ідэя спалучыць бульбу і мастацтва прыйшла да яго раптоўна — але стала заканамернай. Крэатыўнага і гульнівага выкарыстання нацыянальных міфалагем на Беларусі даўно ўжо не хапала. Таму большасць з тых аўтараў (прыналежных, між іншым, да розных пакаленняў), якія атрымалі запрашэнне паўдзельнічаць у выстаўцы, не толькі ахвотна пагадзіліся, але і прапанавалі спецыяльна для гэтай аказіі свой варыянт “раскрыцця тэмы”. Вынік атрымаўся не здэклівы і не зласлівы, а хутчэй, іранічна-цёплы: не адпрэчванне стэрэатыпаў, а іх творчае выкарыстанне. Менавіта на гэта і разлічвалі куратары.

— Для нас, гараджан, вырошчванне бульбы ўжо страціла сваё першае, харчовае значэнне, — разважае Дзяніс Барсукоў. — Хутчэй, гэта нацыянальная традыцыя, своеасаблівы рытуал: садзіць, назіраць за цвіценнем, потым з любоўю збіраць ураджай... Не

ня пакуль тонкасці. І Фёдар Ястраб, і Дзяніс Барсукоў, і дырэктар Палаца мастацтва Сяргей Крыштаповіч лічаць сябе перш-наперш мастакамі — і вельмі рады з той нагоды, што галерэйная дзейнасць не перашкаджае іх уласнай творчасці. Ну, а іхняе шчыраванне на арганізатарскай ніве можа стаць красамоўным аргументам у даўняй дыскусіі на тэму таго, ці здатны мастак быць добрым куратарам або галерыстам.

Адкуль жа бярэцца досвед, неабходны для галерэйнай дзейнасці? Адкаж толькі адзін: з практыкі.

— Калі ты пачынаеш з нуля, калі робіш усё сам, дык можаш атрымаць тыя веды, якія ніколі не здабудзеш праз кніжкі, — кажа Фёдар Ястраб. — Вельмі важнымі крыніцамі досведу для мяне таксама сталі вандроўкі за мяжу. Але не стаў бы настойліва раіць сваім студэнтам заходнія падручнікі па галерэйнай справе.

Для таго, каб студэнты маглі вывучаць яе на беларускім матэрыяле, Фёдар Ястраб падрыхтаваў кнігу “Мастацтва ў сацыяльнай прасторы”, якая павінна выйсці ўжо сёлета. Прычым наведвальнікі курса маюць добрую магчымасць засвоіць галерэйную справу не толькі ў тэорыі, але і на практыцы: яны бяруць удзел у арганізацыі выставак і нават могуць ладзіць уласныя праекты — балазе плошчы “Нацыяналкі” дазваляюць. Увогуле, Фёдару Ястрабу ўдаецца надзвычай лёгка паразумецца з моладдзю:

— Стараюся, каб яны прысутнічалі на кожнай нашай выстаўцы, трапляючы ў “адну абойму” з мэтрамі. Бо многія перспектыўныя аўтары з акадэмічным дыпламам неўзабаве знікаюць з поля зроку: побыт, розныя абставіны — самі разумеюць... Сфармуляваў такі афарызм: галерыст павінен працягнуць маладому мастаку руку, каб той не працягнуў ногі. У творчым сэнсе, вядома.

Гадаваць свой істэблішмент

Дзяніс Барсукоў перакананы, што тыя часы, калі пад словам “выстаўка” разумелі пэўную колькасць твораў мастацтва,

змяшчаных у адным месцы, ужо мінулі: каб прывабіць публіку, гэтага ўжо замала. Таму і звыклія сцэнарыі вернісажаў з прамовамі і кветкамі ўсё часцей адпрэчваюцца на карысць перформансаў і музычных выступленняў. Таму належную ўвагу трэба надаваць таксама і рэкламе ды піару.

Але як выкарыстоўваць гэтыя тэхналогіі, маючы даволі сціплы бюджэт? Іх на вялізныя бігборды відавочна не хопіць. Ды і расклеіць па ўсім горадзе звычайныя афішы таксама каштуе нятанна.

— Даводзіцца шукаць іншыя шляхі, — кажа Дзяніс Барсукоў. — Наша інтэрнет-расылка трапляе на 150 адрасоў.

Гэтымі немудрагелістымі, але эфектыўнымі тэхналогіямі плённа карыстаецца і галерэя “Падземка” — уладальнік аднаго з найлепшых сайтаў, прысвечаных сучаснаму беларускаму мастацтву. З нядаўняга часу там акумулюецца інфармацыя, датычная не толькі дзейнасці галерэі, але і ўсяго мастацкага жыцця.

Яшчэ адзін спосаб звярнуцца да публікі — наладзіць эфектыўныя стасункі з прэсай.

— Калі табе ўдаецца зацікавіць сваёй дзейнасцю журналістаў, з публікай праблем не будзе ўнікаць, — заўважае Дзяніс Барсукоў. — Таму ў мяне ўжо напрацавана нямала асабістых кантактаў з тымі журналістамі, якія пішуць пра мастацкае жыццё.

— Галерыст павінен ведаць асабіста не меней за дваццаць прадстаўнікоў медыяструктур, якія працуюць у сферы культуры, — перакананы Фёдар Ястраб. — Гэта закон.

Паводле яго слоў, менавіта асабістыя стасункі зазвычай дапамагаюць і ў яшчэ больш няпростай справе — пошуку дадатковага фінансавання, неабходнага для рэалізацыі вялікіх і прыгожых праектаў. Лішне нават казаць, што спонсары пакуль зусім не схільныя станавіцца ў чаргу, прагнучы убачыць свой лагатып у каталогу выстаўкі. Больш за тое, Дзяніс Барсукоў адзначае адну не вельмі прыемную акалічнасць: паразумецца з мінскімі прадстаўніцтвамі суветна вядомых “брэндаў” атрымаецца куды лягчэй, чым з нацыянальным бізнесам. Але тлумачэнне тут можа быць простае: замежныя кампаніі арыентуюцца на замежны досвед, паводле якога спонсарская падтрымка арт-праектаў — звычайная і неад’емная частка піару. Айчыныя ж прадпрыемствы пакуль не ўсвядомілі, “навошта гэта трэба”.

— У нас людзі зазвычай пытаюцца: а што нам ад гэтага будзе? — кажа Дзяніс Барсукоў. — Сапраўды, выступіўшы спонсарам выстаўкі, кампанія наўрад ці здолее ўдвая павысіць свае продажы, тут гаворка абсалютна пра іншае: пра яе імідж як сур’ёзнай бізнес-структуры.

У Кіеве, Маскве ды іншых еўрапейскіх сталіцах вернісажы сучаснага мастацтва становяцца ўлюбёным месцам для рандэву прадстаўнікоў істэблішменту. У нас пакуль гэтай моды няма, хаця мэтанакіраваная намаганні Фёдара Ястраба збіраць на вернісажах VIP-публіку прыносяць плён. А Дзяніс Барсукоў перакананы, што “іхні” істэблішмент — яшчэ наперадзе:

— Тыя людзі, якія сёння прыходзяць да нас, — гэта пераважна моладзь студэнцкага веку. Яны яшчэ пакуль не зарабляюць грошай і, адпаведна, не могуць набываць карціны. Але прыйдзе час, і нашы заўсёднікі стануць на ногі, рэалізуюць сябе, у тым ліку і ў бізнесе. Думаю, у гэтых людзей стаўленне да мастацтва будзе іншым.

Ілля СВІРЫН

