

Праблемы падрыхтоўкі спецыялістаў галерэйнай справы

Ястраб Ф.А. Праблемы падрыхтоўкі спецыялістаў галерэйнай справы / Ф.А. Ястраб // Вышэйшая школа. — 2006. — №3 (са змяненнямі).

Рыначныя ўмовы гаспадарання выклікаюць да жыцця цэлыя сектары сацыяльна-эканамічнага кірунку, аб якіх раней мы мелі не зусім ясныя ўяўленні. Да такога сектара належыць адносна новая для Беларусі інфраструктура арт-рынку. Тое, што яна складваецца так марудна, залежыць ад мноства прычын — тут і крызісныя з'явы ў эканоміцы ў цэлым і як вынік нізкая плацэжаздольнасць на сельніцтва, і адсутнасць буйных калекцыяна-

раў, як прыватных, так і карпаратыўных, а дарванасць у многім ад сусветнага артрынку, нізкая культура спажывання твораў мастацтва, неразуменне неабходнасці і карысці інвеставання ў мастацтва. Тым не менш працэс гэты адбываецца, ствараюцца ўсё новыя і новыя галерэі, творчыя аб'яднанні, мастацкія салоны, выставачныя залы. Паступо

в а н а л а д ж -



Г. Вашчанка і Ф. Ястраб
за падрыхтоўкай да выстаўкі. 2008



На семінарскіх занятках
у БДУ культуры і мастацтваў



Мантаж экспазіцыі біенале «Colorfest».
Галерэя «Лабірынт»

ваюцца сувязі з еўрапейскімі галерэямі і арт-кірмашамі. На пачатку 2004 г. правёў аўкцыён першы ў Беларусі антыкварнааўкцыённы дом «Paragis». Развіццё арт-рынку стрымліваецца падчас недахопам не столькі спецыялістаў традыцыйных кірункаў — юрыстаў, мастацтвазнаўцаў і т.д., але і кірункаў новых, выкліканых сённяшнім днём, рэаліямі рынкавай эканомікі

— менеджэраў, прадзюсераў, экспертаў, спецыялістаў па PR, прафесійных рэкламістаў, спецыялістаў па фандрайзінгу, маркеталагаў. Без грунтоўнай падрыхтоўкі спецыялістаў, якія б валодалі новымі бізнес-тэхналогіямі, хутка адаптаваліся да зменлівых рыначных абставін, маглі б прымаць самастойныя і нестандартныя рашэнні, далейшае развіццё арт-рынку немагчыма, як немагчыма яно і без якаснай падрыхтоўкі галоўнай дзеючай інстытуцыі

— непасрэдна творцы, мастака. Цывілізаванасць арт-рынку праяўляецца толькі тады, калі кожная інстытуцыя выконвае сваю функцыю, ствараючы разам добра адладжаны механізм прасоўвання артпрадукта ад мастака да спажыўца. Паміж творцамі і спажыўцамі павінен стаяць цэлы шэраг структур, якія вызваляюць і творца, і спажыўца ад неўласцівых ім функцый, — галерэі, музеі, арт-агенцтвы, аўкцыёны, кірмашы і г.д. Прадзюсеры, арт-менеджэры — гэта той кантынгент спецыялістаў, без якіх у сённяшніх умовах мастаку не абысціся.

Паколькі галерэя — адзін з галоўных інстытутаў арт-рынку, падрыхтоўка спецыялістаў галерэйнай справы — задача надзвычай актуальная. На сённяшні дзень у Беларусі галерэйнай справай займаюцца, згодна з аўтарскім даследаваннем, самі мастакі і мастацтвазнаўцы — 54%, астатнія 46% — гэта прадстаўнікі іншых спецыяльнасцей, часам вельмі далёкіх ад мастацтва і ўвогуле ад культуры.



У майстэрні. Размова з супрацоўніцай галерэі. 2004

Але, як было ўжо адзначана, галерэйная справа патрабуе спецыфічных і ў многім унікальных ведаў і навыкаў, валоданне якімі дэпазітаваў б галерыстам добра арыентавацца ў рэаліях арт-рынку, прафесійна будаваць сваястасункі з іншымі ўдзельнікамі гэтага рынку, дзяржаўнымі і камерцыйнымі ўстановамі, СМІ. Да гэтага часу ВНУ Беларусі не наладзілі грунтоўную падрыхтоўку спецыялістаў галерэйнай справы. Толькі ў некаторых ВНУ (БДАМ, ЕГУ, Інстытут сучасных ведаў) чытаюцца, па нашых звестках, невялікія курсы арт-менеджменту. Адзіная прафілізацыя — прадыюсерства ў сферы выяўленчага мастацтва — існуе на кафедры менеджменту СКС у БДУ культуры. На нашу думку, нават існаванне прафілізацыі не вырашае праблему падрыхтоўкі галерыстаў. Іх трэба пачынаць рыхтаваць не на апошнім курсе ВНУ, а з першага курса і спецыяльна распрацаванай праграме. Гэта значыць, неабходна адкрыццё новай спецыялізацыі — прадыюсерства ў сферы выяўленчага мастацтва.

З гэтага арганічна вынікаюць пытанні: што павінен ведаць будучы спецыяліст галерэйнай справы, якімі якасцямі павінен валодаць?

Гэта залежыць у многім ад статусу галерыста — супрацоўніка галерэі, арт-дырэктара ці ўласніка галерэі. Кіраўнік галерэі — асабліва сінтэтычная і ў многім універсальная. Таму, мяркуючы, будучы галерыст павінен валодаць не толькі асновамі арт-бізнесу, базіснымі тэрміналогіяй, але і псіхалагічнымі асаблівасцямі вядзення арт-бізнесу, асновамі мастацкіх арт-практык, гісторыяй і тэорыяй мастацтва, экспертнымі навыкамі, асновамі экспазіцыйнага майстэрства, PR-тэхналогіямі і г.д. Без ажыццяўлення міжнародных праектаў, удзелу ў замежных і міжнародных арт-кірмашах, без стабільных узаемаадносін з заходнімі галерэямі немагчыма інтэграцыя ў сусветны мастацкі працэс, яго рынкавую структуру. Таму веданне хоць бы адной замежнай мовы — не проста жаданая характарыстыка, а наспелая неабходнасць. Сама па сабе арыентацыя на

інтэрнацыянальны арт-рынак не павінна, ты м не менш, прыніжаць улiк рэгіянальнаэтноічных фактараў. Ужо сёння стала відавочным абмежаванасць ведаў не толькі часам і геаграфіяй, але і нацыянальнай глебай іх з'яўлення і культывацыі, асаблівасцямі менталітэту народа, яго культурным і адукацыйным узроўнем, спецыфікай яго традыцый. Павінны зазначыць, што старая парадыгма адукацыі — прамая перадача неабходнага аб'ёму ведаў і навыкаў ад выкладчыка да студэнта — ва ўмовах інфармацыйнага буму і тэхналагічных прарываў не можа быць эфектыўнай.

Таму адна з асноўных задач падрыхтоўкі спецыялістаў галерэйнай справы, а ў цэлым і сучаснай адукацыі — навучыць пошуку, адсейванню і прымяненню ведаў, выхаваць у будучага спецыяліста здольнасць апэратыўна знаходзіць і сістэматызаваць неабходную інфармацыю, выкарыстоўваючы сучасныя метады яе засваення.

Адукацыя і выхаванне арт-менеджэра абавязкова павінны ўлічваць сацыяльныя фактары, адносіны супольнасці да мастацкіх праектаў арт-менеджэраў. Грамадскі рэзананс гэтай дзейнасці фарміруе імідж галерыста, а значыць, і самой галерэі. Імідж жа галерэі, яе грамадскі статус самым непасрэдным чынам уплывае на імідж тых мастакоў, якія супрацоўнічаюць з ёй.

Паступовае развіццё інфраструктуры арт-рынку, пашырэнне і ўдасканаленне галерэйнай справы патрабуюць падрыхтоўкі спецыялістаў і больш вузкага профілю — PR-менеджэраў, экспертаў-ацэншчыкаў, куратараў міжнародных культурных праектаў, спецыялістаў па фандрайзінгу. Падрыхтоўку такіх спецыялістаў можна ажыццяўляць і праз сістэму павышэння





Галерэя «Атрыум» НББ. На пярэднім плане карціна Аляксандра Родзіна «Міфалагема тысячагоддзя»

ня кваліфікацыі практыкаў арт-бізнесу і галерэйнай справы, і праз адкрыццё прафілізацыі. Час, праўда, патрабуе мадэрнізацыі самой сістэмы павышэння кваліфікацыі, пошуку новых формаў і метадаў працы, пашырэння базы спецкурсаў, трэнінгаў, семінараў.

Павінна фарміравацца сістэма бесперарыйнай адукацыі і самаадукацыі арт-менеджера, што дазволіць яму хутка і эфектыўна адптавацца да запатрабаванняў рынку працы. Сістэма падрыхтоўкі спецыялістаў галерэйнай справы павінна ўключаць абавязковую частку — самастойную працу студэнтаў, іх удзел у праектах, якія ажыццяўляюцца ў горадзе і краіне. Задача выкладчыка ў гэтым выпадку — дапамагчы арганізаваць такую дзейнасць, стварыць умовы, каб самі студэнты маглі прымаць рашэнні на аснове набытых ведаў і вопыту. Цікавымі нам бачацца ў гэтым ракурсе ўдзел студэнтаў у праектах выкладчыка, сумесная праца; прычым вельмі важна, каб студэнты ўдзельнічалі ў сіхэтапах праекта — адпрацоўцы канцэпцыі, планаванні, падборы ўдзельнікаў, фандрайзінгавай кампаніі, PR-акцыях, рэкламна-інфармацыйным асвячэнні. Набыццё навыкаў добрага вало-

дання бізнес-тэхналогіямі і сучаснымі камунікацыямі надае будучым спецыялістам упэўненасць у сваіх сілах. А выкарыстанне інфармацыйных сістэм, базы дадзеных значна спрасціць працэс пошуку інфармацыі, што дае вялікія плюсы ў працы. Усё гэта, аднак, не выключае выхавання ў галерыстаў высокай культуры зносін, умення наладжваць непасрэдныя кантакты, весці дзелавыя перамовы, валодаць псіхалагічнымі тэхнікамі. Галерыст — асоба публічная. А гэта многае вызначае. Часта менавіта шырокія сувязі менеджера становяцца рашаючымі. Ад таго, наколькі ўмела ён будзе карыстацца гэтымі сувязямі, задзейнічае ўвесь патэнцыял сваіх псіхаэмацыянальных і інтэлектуальных якасцей, набытых уменняў карыстання сучаснымі бізнес-тэхналогіямі, будзе ў многім залежаць асабістая кар'ера галерыста, а значыць, і магчымасці тых творцаў, якія звязалі з ім свае надзеі.