Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Храмешин Сергей Николаевич
Должность: Научный руководитель
Дата подписания: 20.08.2025 16:07:24
Уникальный программный ключ:
9e604e7f43158d9188ee2ea08e15bab0641b06c9

Екатерина Карцева

ВЫСТАВОЧНОЕ И ГАЛЕРЕЙНОЕ ДЕЛО

DirectMEDIA

Е. А. Карцева

ВЫСТАВОЧНОЕ И ГАЛЕРЕЙНОЕ ДЕЛО

УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ

DirectMEDIA
Москва
2019

УДК 061.4
ББК 79.2я73

К27 Карцева, Е. А. Выставочное и галерейное дело : учеб. посо-бие / Е. А. Карцева. – Москва : Директмедиа Паблишинг, 2019. – 195 с.

ISBN 978-5-4475-5716-4

Возросший интерес к изучению явления художественных выставок и вопросов их организации связан с тем, что сегодня – это процесс значительно более сложный и многогранный, чем в прежние времена, и сопряжен с многочисленными производственными и концептуальными особенностями. Многообразие выставочных пространств, между которыми происходит постоянная циркуляция и взаимный обмен идей, техник, подходов, специалистов и задач, поражает.

Цель настоящего учебного пособия – систематизировать основные концептуальные этапы современного выставочного производства. В основе книги – курс лекций по выставочному менеджменту, который автор читал на базе Московского международного университета и в первую очередь адресована студентам, обучающимся по специальностям «Менеджмент в культуре», «Арт-менеджмент», «Реклама и Связи с общественностью».

Издание также может быть полезно всем, кто заинтересован создавать проекты в сфере искусства, организаторам мероприятий, художникам, фотографам, дизайнерам, а также широкому кругу читателей, интересующихся искусством и вопросами его функционирования.

ISBN 978-5-4475-5716-4 УДК 061.4
ББК 79.2я73

© Карцева Е. А. , текст, 2018
© Издательство «Директмедиа Паблишинг», оформление, 2019

ВВЕДЕНИЕ

В современном мире именно выставки являются движущей силой продвижения художников и художественных течений. Участие в художественных выставках является основным пунктом портфолио современного художника, важным моментом его карьеры. Музеи и галереи ныне славятся не своими коллекциями, а выставками, которые они проводят. Выставки (преимущественно групповые, международные арт-фестивали и биеннале) сегодня выступают основными способами, за счет которых современное искусство осмысляется, функционирует и канонизируется. В арт-критике угол зрения сменился с художественного произведения как самодостаточного предмета исследования на кураторские контексты, где пространство выставки играет ключевую роль в осмыслении произведения искусства. Сами же выставки стали объектом пристального изучения исследователей сравнительно недавно.

В современных мегаполисах ежедневно проходят десятки художественных выставок, как узкопрофессиональных проектов, так и супер посещаемых выставок блокбастеров. Ходить на выставки сегодня не менее популярно, чем в кинотеатры. Возникает все большая потребность в профессиональных арт-менеджерах, способных эффективно управлять художественными проектами, создавая посещаемые, успешные выставки, и кураторах, способных формулировать смыслы и интерпретации происходящих вокруг культурных изменений в рамках выставочных проектов. Современный арт-рынок обусловил все увеличивающуюся потребность в подобного рода специалистах.

Инфраструктура современного искусства, а следовательно, и интерес к нему, растет, а значит, все больше появляется молодых и талантливых людей, заинтересованных в самореализации

на поприще арт-менеджмента и кураторства. При этом количество высших учебных заведений, готовящих такого рода специалистов, — минимальное, состояние развития отечественной науки в области современного искусства и его функционирования — критическое. Фактически не существует изданий, предметом внимания которых выступали бы выставки и принципы их организации на ведущих художественных площадках, особенности управленческих задач кураторов и арт-менеджеров, история кураторства, российская специфика арт-процесса, что обусловило актуальность выхода в свет настоящего издания.

В тексте учебного пособия присутствуют дополнительные текстовые материалы — разнообразные кейсы из реальной выставочной практики как новейшего времени, так и по тем или иным причинам вошедшие в историю мирового искусства и кураторства, которые можно изучать как практические примеры в дополнение к основному тексту. В учебном пособии также можно встретить живые мнения ведущих деятелей современной российской арт-индустрии — реальных практиков арт-процесса, кураторов и арт-менеджеров, собранные автором в рамках интервью для портала о культуре и искусстве Artandyou.ru.

ГЛАВА 1

ХУДОЖЕСТВЕННАЯ ВЫСТАВКА КАК КУЛЬТУРНЫЙ ФЕНОМЕН

Художественная выставка как элемент социализации искусства. Художественная выставка в современных контекстах. Художественная выставка как проект творческий и как коммерческий. Общие тенденции в организации современных выставочных проектов.

Художественная выставка как элемент социализации искусства

Художественная выставка имеет для культуры колоссальное значение — это один из основных способов, за счет которых искусство существует, осмысляется и функционирует. В первую очередь в проведении выставок заинтересованы сами художники. Для художника выставка — это переход от мира частного к миру публичному. Художник творит не только для самовыражения, но и для признания. Создав художественное произведение, художник не может быть полностью удовлетворен его изолированностью и недоступностью, а нуждается в публике, в определенной аудитории, которая оценит его творчество по достоинству. Художественная выставка является одним из центральных моментов социализации и популяризации произведений художника. Выставляя свои работы напоказ, художник получает возможность найти почитателей своего таланта, услышать отклик и мнение о своих произведениях, выстроить обратную связь и, конечно, продавать свои работы, чтобы иметь возможность создавать новые.

Выставка — место, где творчество художника находит своего зрителя, своего ценителя и своего покупателя. Становление выставочной практики в современном понимании связано с становлением рыночных отношений, зародившихся в разных странах на рубеже XVII—XIX веков, когда художники из мастеров, работающих на заказ (для аристократов, монархов, церкви), массово становятся более ориентированными на широкие слои публики, покупателей, критики, зарождается инфраструктура художественных выставок. На рубеже XIX—XX веков рынок искусства становится интернациональным, в том числе появляются международные художественные смотры, направленные на международную аудиторию. Сегодня продавать или показывать свои работы художник может напрямую из мастерской или через Интернет, благо современное развитие технологий это позволяет, но участие в выставочных проектах персональных или групповых так или иначе необходимо каждому профессиональному художнику для демонстрации эволюции периодов своего творчества, представления художественных проектов, серий своих произведений, в том числе в рамках отчетных, ретроспективных выставок, а также для привлечения внимания арт-критиков и журналистов, коллекционеров и арт-дилеров.

Выражаясь современным языком, выставка художника — это информационный повод для общения с потенциальной аудиторией. Когда даже успешный и признанный художник начинает меньше выставляться, о нем начинают меньше писать, говорить и помнить. Для успешной карьеры на арт-рынке художнику практически невозможно игнорировать выстраивание расширенной модели художественных коммуникаций, центральным в которых являются выставки в галереях, в музеях, на биеннале и т.д. Галерист, принимая решение сотрудничать или нет с художником, в первую очередь смотрит его выставочное портфолио.

Так и профессиональный коллекционер, приобретая произведение искусства, интересуется его выставочной историей. Чем престижнее выставочные пространства и выставки, в которых художник и работа участвовали, тем выше их совокупный вес на арт-рынке.

Для публики выставка имеет не меньшее значение, ведь это место нашей встречи с искусством. Редко кто из любителей искусства, не являющийся коллекционером, знаком и общается с художниками напрямую. Выставки в музеях, галереях, различные фестивали, биеннале, художественные ярмарки — это мероприятия, которые большинство из нас посещают, чтобы насладиться искусством. Именно на выставках мы переживаем опыт общения с искусством, никакие репродукции и художественные каталоги не могут его заменить. Регулярное посещение художественных выставок формирует художественный вкус и художественные предпочтения. Приобщение человека к искусству происходит через социокультурную деятельность. Выставки имеют большое значение в эстетическом воспитании общества, предполагается, что пристрастия к искусству, художнику, выставочным площадкам должны эволюционировать от выставки к выставке.

В жизни арт-институций — музеев, фондов и галерей выставки являются наиболее заметной публике частью исследовательской работы. Выставки — это «лицо» выставочной институции, отражение ее традиций и стратегии. Предпочтение все чаще отдается проведению временных выставок, когда произведения извлекаются из хранилищ и запасников, обмениваются с другими институциями, циркулируя в рамках разнообразных контекстов, формируемых кураторами.

История искусства неразрывно связана с выставками как обязательными условиями социализации искусства, через его показ. Художественная выставка — это актуализация искусства в кон-

тексте культуры. Тем не менее история выставок, особенности их организации и управления стали объектом пристального внимания исследователей относительно недавно.

Классификация художественных выставок

Существует множество устоявшихся критериев классификации выставок: по количеству участников (персональная, групповая), по жанрам искусства (фотовыставка, выставка живописи), по месту проведения (музейные, галерейные выставки), длительности (постоянная экспозиция, временные выставки), по составу представленных предметов (монопредметная, составная) и т.д.

Предлагаем подробно остановиться на классификации Виктора Мизиано, который в книге «5 лекций о кураторстве»[1] предлагает к основным экспозиционным жанрам причислять выставки:

- **историко-художественные** (академические выставки-исследования, направленные на описание и представление искусства прошлого, проводимые на территории музейной или иной публичной институции по ее инициативе и силами ее коллектива);
- **тематические** (тематика выставки выражается в некой интеллектуальной дискуссии, материалом для которой выступает современное искусство);
- **репрезентативные** (выставки, приоритетным для которых является не концепция или исследование, а предъявляемый художественный материал, характеризующийся необязательным и легкозаменяемым составом произведений, поэтому в негласной табели о рангах характеризуемый как один из низших форматов кураторской работы);

[1] Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. Москва: Классика XXI, 2015. — 430 с.

- **персональные** (монографические выставки значительного современного мастера);
- **экспериментальные** (лабораторные выставки, подвергающие переосмыслению язык кураторской практики);
- **и так называемые мегавыставки** (выставки, от которых ждут максимальной географической представительности, способности продемонстрировать наиболее актуальные художественные тенденции, яркой авторской концепции и соответствующей выставочному показу дискурсивно-издательской программы).

Художественная выставка в современных контекстах

Интерес к изучению явления художественных выставок и вопросов их проведения связан с тем, что сегодня — это процесс значительно более сложный и многогранный, чем в прежние времена. Изменился характер выставок относительно социальных и институциональных аспектов. С 70-х годов XX века историю искусства захлестнул кураторский бум, спровоцированный логикой развития современного искусства, художественными практиками постмодернизма, зарождением биеннального движения и глобальной экспансии современного искусства. Предложение в области искусства сегодня очень обширно, существуют самые разнообразные музеи — государственные и частные, классические и современного искусства, увеличивается количество разнообразных галерей и арт-кластеров, все больше городов начинает проводить свои биеннале и фестивали искусства, существуют как элитарные кураторские проекты, так и арт-аттракционы, имеющие мало общего с искусством, но очень популярные у массового зрителя. Поэтому понимание того, что такое художественная выставка и как ее делать сегодня, также усложняется.

В российской специфике в связи с общественными преобразованиями 1990-х, необходимостью построения новой инфраструктуры художественной сцены, появление профессионального кураторского цеха и менеджеров в сфере искусства началось позднее и не выстроилось до сих пор. Тем не менее с середины 2000-х количество новых галерей, целевых арт-фондов, творческих кластеров, частных музеев, аукционных платформ, биеннале и разнообразных фестивалей в России неумолимо пошло на увеличение.

С повестки дня не снимаются эпоха потребления и цивилизация досуга, информационное общество, гиперконкуренция и гиперконвергенция, широкое распространение коммуникационных технологий, экономический и технологический рост и т.д., которые приводят к тому, что поколение современных посетителей художественных выставок сильно отличается от предыдущих.

Современный мир характеризуется многочисленными изменениями, перечислим лишь некоторые из них. Постоянно увеличивается количество людей, относимых к среднему классу и занимающихся интеллектуальным трудом. Мы живем в эпоху креативной экономики и творческих индустрий, когда источником добавленной стоимости и рабочих мест становится деятельность по производству и эксплуатации интеллектуальной собственности. Центры промышленности и производства перемещаются в развивающиеся страны, а западная экономика производит и продает преимущественно интеллектуальный продукт. Все больше людей профессионально задействованы в рекламной индустрии, событийном маркетинге, шоу-бизнесе, изобразительном искусстве, архитектуре, графическом и промышленном дизайне, музыкальной индустрии, моде, кино- и видеопроизводстве, web-разработке, создании компьютерных игр и т.д.

В условиях лавинных потоков информации, обрушивающихся на нас повсеместно с экранов телевизоров, в Интерне-

те, на улицах городов, в новостных сводках, стала закономерна потребность в появлении новых профессий, занимающихся производством нового типа знания, контекстуализирующих множества, это в том числе кураторская профессия, где куратор как новый формат интеллектуала, чьи задачи лежат в описании современности, поиске новых визуальных связей и смыслов нашего многообразного мира, переосмыслении происходящего вокруг.

Со стороны общества интерес к выставкам и различным творческим проектам также возрастает. Технологический прогресс обусловил доступность творческой самореализации для широкого круга людей — графические и видеоредакторы, фото- и видеотехника позволяют гораздо большему количеству людей считать себя художниками, фотографами, режиссерами, дизайнерами. Что объясняет, почему ходить на выставки сегодня стало очень модно и востребовано. «Креативный класс»[2] — так охарактеризовал социальную группу жителей современных городов, включенных в постиндустриальную экономику, Ричард Флорида.

Однако расширение аудитории художественных выставок неизбежно ведет и к снижению уровня ее подготовленности. В результате сегодня мы можем наблюдать все увеличивающиеся конфликты и скандалы вокруг тех или иных выставок. Публика привыкла относиться к выставкам потребительски.

Соответственно прогнозам Х. Ортеги-и-Гассета, существует как интеллектуальное искусство касты[3], так и описанное Ж. Бодрийяром массовое искусство как объект потребления[4].

---

[2] Ортега-и-Гассет Х. Дегуманизация искусства. Москва : АСТ; АСТ, 2008. — 192 с.

[3] Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры. Москва : Культурная революция; Республика, 2006. 296 с.

[4] Межуев В.М. Идея культуры: Очерки по философии культуры. Москва: Университетская книга, 2012. — 406 с.

Наступила эпоха «культурной всеядности»[5]. Налицо увеличение плотности участия современного искусства в нашей жизни, точек его соприкосновения с самыми разными аудиториями. Художественные выставки воспринимаются как ресурс «мягкой силы»[6] страны на международной арене и как способ оппозиционных политических высказываний, их спонсируют и проводят крупные бренды для повышения эффективности своих внешних и внутренних коммуникаций[7]. Все больше компаний собирают корпоративные коллекции и делают корпоративные выставки (коллекция Deutsche Bank, Газпромбанк…). Часто свободные пространства в офисных центрах отводят под выставки или создают собственные музеи и галереи (Музей восточного антиквариата, находящийся в «Башня Столетия» в Токио, музей «ЛабирнтУм» в офисном центре Толстой Сквер в Санкт-Петербурге…). Тематические выставки в инновационных центрах и университетах тоже стали обыденностью (совместные проекты ММСИ и Сколково, выставки в НИИ ВШЭ, выставочные проекты ИГУМО и Международного университета в Москве…). Во многих торговых и развлекательных центрах не только регулярно проходят выставки (арт-проекты в универмаге «Цветной»), но также есть свои музеи, базируются галереи (совместный проект Государственного Эрмитажа и Музея Гуггенхайма в казино «Венеция» в Лас-Вегасе). Художественные выставки и арт-объекты сегодня можно встретить на улицах городов, в спальных районах, в парках, в библиотеках, даже в поликлиниках.

В условиях проектной ориентации современного общества вектор художественной критики сместился с критики художе-

[5] Карцева Е.А. Современное искусство как один из ресурсов формирования имиджа России за рубежом // Обсерватория культуры. 2016. Т. 13, № 3. С. 302—309.

[6] Там же.

[7] Мизиано В. Пять лекций о кураторстве. — Москва : ООО «Ад Маргинем Пресс», 2014. — 256 с.

ственных произведений к критике кураторских и выставочных контекстов, в которые эти произведения включены. Выставочные пространства славятся уже не своими коллекциями, а кураторскими подходами относительно этих коллекций. То как часто и какого уровня в институции проходят художественные выставки — вот, что важно.

Многообразие выставочных пространств, между которыми происходит постоянная циркуляция и взаимный обмен идей, техник, подходов, специалистов, задач, поражает. Создание художественных выставок сегодня — это процесс, сопряженный с многочисленными производственными и концептуальными особенностями. Процесс репрезентации искусства, задачи выставочной идеи, специфика подбора пространства и форматов постоянно усложняются. Конвергенция, то есть сближение различных практик и форм, размытие границ между явлениями характеризуют современный мир и влияют на бизнес-модели. Взаимоотношения между бизнесом, культурой, образованием, государственной политикой все более переплетаются и усложняются. Всевозрастающая конкуренция характерна для всех областей, сфера культуры и искусства не является исключением. Конкурировать приходится не только с другими выставочными пространствами, а также организациями культуры и искусства, но с досуговыми и развлекательными учреждениями, а также со всем цифровым пространством. Культура, досуг, развлечения сегодня стали единым рынком. Современный потребитель уже не проводит принципиальной разницы. Сетовать на эту ситуацию не имеет смысла, выигрывают те, кто умеет быть гибким, подстраиваться под реалии меняющегося мира и использовать новые интригующие возможности для того, чтобы найти своего зрителя и задержать его в пространстве культуры. За внимание публики, критиков, СМИ приходится бороться и искать новые

способы взаимодействия. Общее предложение крайне обширно, в современных мегаполисах проходят ежедневно десятки, если не сотни выставок. Современная публика очень «насмотрена» обширным предложением в области культуры. У нее высокие требования к качеству предлагаемого художественного продукта. Современный зритель крайне искушенный, требовательный и ценящий своей время. Планируя досуг, он хочет четко понимать, что он получит, отправляясь на выставку, и не только относительно аспектов того, что и как выставлено, но и того, как долго займет дорога, будет ли парковка, кого он там сможет встретить из знакомых, насколько комфортно будет пребывание и т. д.

Создать хороший выставочный проект сегодня — это не просто повесить картины на стене или расставить скульптуры и инсталляции в зале, напечатать афишу и ждать посетителей. Художественная выставка сегодня — это нечто большее, чем просто публичный показ художественных произведений. Она включает в себя многочисленные эстетические, смысловые, концептуальные, материальные, коммерческие аспекты и апеллирует к самым разнообразным областям человеческого знания, нуждаясь в широком круге специалистов для своего обслуживания.

Художественная выставка как проект творческий и как коммерческий

Создание художественной выставки — это безусловно творческий процесс. Пространство выставки — это место, где произведение искусства начинает жить в окружении новой среды, нежели в мастерской у художника. Происходит расширение произведения искусства до пространства выставки. Не только процесс социализации произведения искусства, но неизбежно

и внесение изменений в его существование. Зритель воспринимает произведение искусства именно в этом контексте и далее несет его в реальное пространство.

Современные выставочные проекты осмысливаются не только относительно объектов, которые демонстрируются, но и с точки зрения того, как и почему они оказались организованы вместе, в каком порядке следуют друг за другом, какие ассоциативные ряды вызывают, в какой контекст включены. Выставка становится чем-то большим, чем просто собранные вместе отдельные предметы. В современном искусстве сложилась ситуация, когда даже опытный ценитель может запутаться, является ли тот или иной предмет частью выставки или оказался там случайно. Традиционно художник подражал природе, работая в том или ином жанре и технике, но современное искусство часто — это обретение новых смыслов, это контексты, в которые оно погружено. В актуальном искусстве все больше становится важен не сам предмет искусства, а способы его показа. Куратор выставки сегодня формирует смыслы выставочных проектов, где и как разместить то или иное произведение, а что вообще считать произведением искусства?

От того, почему и как те или иные предметы оказались объединены вместе, часто зависит хорошая выставка или плохая. Выставочная экспозиция организуется в соответствии с принципами построения художественного текста, делая саму выставку произведением искусства. Основу институционального и внеинституционального курирования в XXI столетии составляют сложносоставные тематические выставки, синтетические проекты, совмещающие различные художественные формы. В этом смысле выставка является творческим проектом, не уступающим в художественности самим произведениям, а иногда и предопределяющим эстетическую составляющую экспонируемых объектов. Профессия

организатора выставок сегодня очень востребована и популярна не только благодаря производственным моментам, но прежде всего в силу выстраивания диалога между художником и публикой, где фигура куратора выставок оказывается максимально приближенной к творчеству после самого художника. Существует мнение, что философия в традиционном ее виде ныне более не выполняет своих функций, взамен переместившись в пространство художественных высказываний современных художников и кураторов.

Но художественная выставка — это также и коммерческий проект. Успех выставки во многом зависит не только от таланта участвующих художников, ценности представленных экспонатов, убедительного экспозиционного ряда и оригинальной кураторской идеи, но и от профессионализма арт-менеджеров и других посредников, определяющих способы подачи целевой аудитории от экспертного сообщества до незаинтересованных зрителей, от спонсоров до коллекционеров и журналистов. Художественный проект надо уметь выгодно подать, а также «продать», неважно вопрос в спонсорской поддержке, договоренности о проведении выставки в уважаемой институции, количестве положительных заметок от критиков, наличии выигранных художественных премий, проданных картин или входных билетов.

Безусловно, следует различать *выставки промотивные*, ориентированные на коммерческий успех у публики, посещаемость, продажу работ, и *выставки — кураторские проекты*, сугубо профессиональные, лежащие в поле высказывания кураторов-интеллектуалов[8]. Но в первом случае — это не всегда означает низкое художественное качество, к примеру, музеи, чья функция образовывать публику и популяризировать искусство в обществе, заинтересованы делать посещаемые, обращенные к зрите-

[8] Мизиано В. Пять лекций о кураторстве. — Москва : ООО «Ад Маргинем Пресс», 2014. — 256 с.

лю выставки, что невозможно без некоторого элемента популизма. Тем более, что музеи, как правило, оперируют классическим искусством, более понятным широкому зрителю. А выставки, которые можно отнести к профессиональному авторскому высказыванию куратора, также могут быть очень посещаемыми, например, когда речь идет о мегавыставках, таких как биеннале, привлекающих публику большим количеством художников из разных стран, масштабными арт-объектами и необычными выставочными площадками.

Даже если речь идет о выставке, где работы не продаются (например, в музее или на биеннале), все равно необходимо конкурировать за внимание публики, продавать входные билеты, привлекать внимание и поддержку спонсоров, представителей власти, журналистского сообщества и т.д. Исследовательская, образовательно-просветительская и коммерческая составляющие могут и должны идти рука об руку. Выставочный проект должен быть успешным и эффективным с точки зрения затраченных и заработанных средств.

Несмотря на все разнообразие современных выставок, среди успешных проектов прослеживаются следующие характерные черты.

Сложные полифоничные и междисциплинарные проекты, объединяющие разные медиа. В чистом виде встретить выставку, к примеру, живописи сегодня достаточно сложно. Даже если выставляются шедевры, картины объединяются кураторами с поэзией или музыкой, дополняются архивными документами. Из аутентичных вещей, предметов или костюмов может быть воспроизведен тот или иной интерьер, эпоха. Могут быть выставлены фотографии, личные вещи, помогающие выстроить некую дополнительную историю. Выставки дополняются видео, текстами, инсталляциями и т.д. Искусство на современной выставке помещается в опре-

деленный контекст, чтобы создать необходимую атмосферу, раскрыть произведения и художников, помочь публике понять их глубже. Однако, хорошая выставка заключается в том, чтобы за всем этим «шумом» не размывались сами произведения, нарратив и экспозиционный ряд выставки.

Совмещение традиционных медиа с мультимедийной составляющей, видео, звуком. В эпоху гаджетов и цифровых технологий неудивительно, что технологические новшества активно внедряются в выставочное пространство. Для зрителя — это привычный способ коммуникации и при правильном использовании мультимедиа могут существенно обогатить опыт пребывания на выставке. Но, безусловно, одно лишь наличие мультимедиа не способно сделать выставку хорошей, особенно в глазах экспертного сообщества.

Возведение сложных экспозиционных конструкций и специальной архитектуры выставки. В борьбе за посетителя выставки должны предоставлять своему зрителю необычный, уникальный опыт, как экспозиционно, так и предлагая неожиданные кураторские интерпретации, для чего требуется особая архитектура экспозиции, для создания которой привлекаются дизайнеры и целые архитектурные бюро. Умение работать с пространством как материалом в целом является важным навыком современного художника и куратора.

Создание масштабных арт-объектов и site-specific (созданных на месте) инсталляций. Искусство стало модным и востребованным у широкой аудитории, что отразилось и на формах его репрезентации. Появился спрос на визуальное, выразительное и масштабное. Зрелищность, спектакулярность часто становятся синонимами посещаемых выставок и это касается не только заведомо коммерческих проектов, но и академических выставок.

Ориентация на гастролирование, мобильность, перемещение выставки с одной площадки на другую. Границы в современном мире

весьма условны. Глобализация диктует необходимость быть мобильным. Выставки все чаще планируются и проектируются так, чтобы их можно было перевести, показать на другой площадке или в другом городе.

Вопросы

1. Какое значение имеют художественные выставки для художника?
2. В чем выражается особое значение художественных выставок в пространстве современной культуры?
3. Чем современные посетители художественных выставок, отличаются от предыдущих поколений и какие особенности это накладывает на организацию арт-проектов?
4. В чем художественная выставка — проект творческий, а в чем коммерческий?
5. Перечислите подходы к классификации художественных выставок.
6. Какие общие тенденции в организации современных выставочных проектов вы можете назвать? Какими социокультурными факторами они определяются?

Дополнительные текстовые материалы

Художественные выставки в Древней Греции

Явление художественных выставок абсолютно неновое и зародилось еще в Древней Греции. На них художники не только знакомили публику со своим творчеством, но и надеялись свое творчество реализовать, а также завести контакты с потенциальными заказчиками. Интерес к искусству был широко распространен, а греческая знать покупала не только произведения греческих художников со всей страны, но и диковинные вещи и драгоценности из других мест. Конкуренция была высока. Как и сегодня, не только мастерство, но также умение понять и воспринять вкусы и новые запросы общества определяли популярность художника. Эти факторы стимулировали вовлечение художника в различные социальные сети, он должен был уметь не только мастерски делать свою работу, но и грамотно и вовремя ее преподнести, постоянно находиться на слуху. Известно, что живописец Апелес нередко выставлял свои незаконченные картины на балконе, чтобы подслушивать обсуждения зрителей и пожелания потенциальных покупателей. Будучи популярным у публики, Апелес также помогал своему другу Протогену продавать картины, подписывая их своим именем. Художник Зевксис утверждал, что его картины превосходят всякую цену, и к тому времени составив себе большое состояние и известность, отказывался работать за деньги, дарил свои картины, в том числе городам. Заказчики, желая получить наилучшее произведение, инициировали «агоны» — своеобразные состязания художественных произведений, когда группа конкурирующих художников

высказывала свое мнение по поводу остальных претендентов, по принципу лучшая работа после моей, таким образом инициируя комментарии профессионального сообщества и фиксируя рейтинг художников. Публичные соревнования между художниками в общественно-активной Греции вообще были явлением распространенным.

Выставки французских Салонов XVII–XIX вв.

С XVII по XIX век участие в публичных выставках — Салонах было обязательным и знаковым для карьеры художника, желавшего завоевать известность и признание. Название Салоны вошло в историю художественной культуры серией работ Д. Дидро, объединенных единым названием «Салоны», которые публиковались на протяжении более полувека с 1795 по 1857 год. Кроме Салонов, других художественных выставок практически не проводилось.

На выставках Салонов второй половины XIX века могло участвовать до 3 000 картин, которые размещались на плоскости стены сверху донизу, без промежутков. Художникам часто приходилось даже подворачивать или обрезать холсты, чтобы разместить их на стене. Развеска происходила по принципу, что крупные холсты вешались на самый верх, чтобы их было видно издалека; наиболее выигрышные, на взгляд жюри, работы вешались на уровне глаз; маленькие работы — снизу. Общей концепции выставочного пространства не было как таковой. Работы не включались ни в какой контекст, а просто заполоняли место на стене.

До второй половины XIX века отвергнутые Салоном работы, на рамах, которых ставили литеру «R» (от франц. Refusé — от-

казано), было практически невозможно продать. В последней трети XIX века система государственного патронажа искусства более не стимулировала создание качественного искусства, не обеспечивала достойного материального существования своих членов. В результате появляются альтернативные формы взаимодействия художников и публики: «Салон отверженных» (1860—1870), «Салон независимых» (с 1884 г.), «Осенний Салон» (с 1903 г.), увеличивается число коммерческих галерей.

Первая в истории искусства моновыставка художника-провокатора Гюстава Курбе

Во второй половине XIX века жюри французского Салона Изящных искусств, наиболее авторитетного художественного смотра, отвергало работы разных художников, и многие из них в результате организовывали альтернативные формы представления своих работ, но изобретатель реалистического направления в живописи Гюстав Курбе (1819—1877) был первым, кто начал проводить персональные выставки своих произведений, выставляясь в одиночку, проводя, как сказали бы сегодня, The solo-man shows. Сейчас в это трудно поверить, но когда-то реализм в живописи не укладывался в рамки общепринятых представлений об искусстве. Курбе разработал новую манеру письма, даже называя себя кубертистом, а художник Делакруа, увидев его работу на одной из выставок Салона, отозвался о ней как новаторской и революционной. Именно реализм Курбе подготовил почву для появления нового искусства в будущем. Тем не менее официальным направлением в живописи в то время по-прежнему был академизм, поэтому работы реалистиче-

ского толка регулярно получали отказ в принятии к участию в групповой выставке Парижского художественного салона. В период с 1841 по 1847 год из представленных Курбе 25 картин жюри отобрало лишь три. В 1848 году во Франции происходит буржуазно-демократическая революция, и работы Курбе, бывшего на стороне восставших, начинают пользоваться бóльшим успехом. Так, на Салоне 1848 года ему удалось показать 10 своих картин. А в 1849-м его полотно «Послеобеденный отдых в Орнане» завоевало золотую медаль и было приобретено правительством. Однако другие его картины вызывали негативную реакцию критики. В 1855 году в Париже проходит Всемирная выставка, на которой показывались работы как французских, так и иностранных художников. В город приезжало большое количество иностранцев, интересующихся искусством. Жюри выставки отобрало лишь часть работ из тех, что представил Курбе, в результате тот решает организовывать целиком собственную выставку. За свой счет, на скорую руку он возводит барак прямо около центрального входа на Всемирную выставку. В своем самодеятельном павильоне с вывеской над входом «Реализм господина Курбе» художник выставляет 40 своих работ, выполненных в разное время и развешенных по его усмотрению, а не так, как это сделала бы развесочная комиссия Салона. Некоторые полотна были огромными, например картина «Ателье» была четыре метра по вертикальной и шесть метров по горизонтальной стороне. В современном понимании это была крупная персональная выставка художника, подробно раскрывающая круг его художественных исканий. К выставке художник выпускает каталог, в котором обосновывает свое понимание реализма в истории искусства и объясняет свою акцию: «…я не хотел копировать или подражать… У меня не было в мыслях достигнуть праздной цели „искусства для искусства“. Нет. В полном

знании традиции я хотел просто почерпнуть сознательное и независимое чувство собственной индивидуальности. Знать, чтобы мочь — такова моя мысль. Быть в силах передавать нравы, идеи и внешний быт моей эпохи в моей оценке, одним словом, делать живое искусство — такова моя цель. Г. К.».

Выставка вызвала чуть ли не больший резонанс в прессе и у критиков, нежели выставка основного Салона, на который съехалось большое количество иностранной публики. В 1850-е году Курбе был уже широко известен в Париже как провокатор и скандалист, поэтому в его самодеятельный павильон сразу пошло много зрителей, которым не удалось увидеть ни одной его работы на самой выставке. Кроме того, сам Курбе все время находился в павильоне и активно разжигал полемику и споры об искусстве. Вокруг него всегда толпилась революционно настроенная молодежь, поэтому обстановка на выставке была более чем оживленная, привлекая все новых посетителей. Самодеятельность художника вызвала большой скандал, но Курбе все равно удалось переменить распространенные художественные вкусы. Именно благодаря этой масштабной выставке реализм стал популярен, о нем заговорили и его полюбили, несмотря на негативные отзывы критиков. После выставки Курбе много путешествует с выставками по Европе — в Германии, Голландии, Бельгии и Англии. Отношение иностранцев к Курбе оказывается более благосклонным, нежели на родине в Париже. Курбе начинает выполнять заказы местных знатных особ. В 1869 году его награждают Золотой медалью от Леопольда II Бельгийского и орденом Св. Михаила от Людвига II Баварского. Но художник не перестает эпатировать публику. Большие споры по сей день вызывают написанные им в 1866-м картины «Спящие» и «Происхождение мира». На первой картине изображена сцена лесбийской любви. Александр Дюма-сын писал про эту картину: «От какого

чудовища… мог произойти этот ублюдок? Под каким колпаком, на какой навозной куче, политой смесью вина, пива, ядовитой слюны и вонючей слизи, произросла эта пустозвонная и волосатая тыква, эта утроба, притворяющаяся человеком и художником, это воплощение идиотского и бессильного». На второй картине вовсе изображены женские гениталии крупным планом. Находившаяся в частной коллекции картина «Происхождение мира» предстала перед широкой публикой только в конце XX века, став частью коллекции музея Д'Орсэ. По сей день во избежание инцидентов к картине приставлен охранник.

Первая выставка передвижников 1871–1872 гг.

На премьерной выставке, проходившей в Академии Художеств в Петербурге с 29 ноября 1871 года по 2 января 1872-го, было показано 47 произведений (живопись, скульптура) от 16 художников — В.Г. Перова, И.М. Прянишникова, А.К. Саврасова, И.И. Шишкина, В.Ф. Аммона, С.Н. Аммосова, А.П. Боголюбова, Н.Н. Ге, К.Ф. Гуна, Л.Л. Каменева, Ф.Ф. Каменского, М.К. Клодта, М.П. Клодта, И.Н. Крамского, В.М. Максимова, Г.Г. Мясоедова. Количество представленных произведений было значительно меньшим, чем на академических выставках, что концентрировало внимание зрителя на каждом произведении. Более того, к отбору произведений для этой и всех дальнейших выставок в объединении подходили более чем серьезно.

В уставе говорилось: «Члены Товарищества обязываются представлять свои картины к определенному правлением выставки сроку, и притом такие, которые еще не были выставлены для публики. Примечание: Произведение, уже бывшее где-либо на выставке, может быть принято Товариществом лишь в исклю-

чительных случаях, т. е. тогда, когда такое произведение могло бы значительно усилить достоинства выставки и увеличить доход от оной». Так, на выставке 1871–1872 годов были выставлены такие произведения, как «Грачи прилетели» Саврасова, «Охотники на привале» и несколько портретов Перова и так далее. Уже поэтому неудивительно, что зрительский поток на выставку был очень высоким. Но появление Товарищества художников и их выставки также с восторгом освещала и вся передовая пресса. Журнал «Отечественные записки» посвятил передвижникам целый обзор, в котором писатель М.Е. Салтыков-Щедрин пишет: «Нынешний год ознаменовался очень замечательным для русского искусства явлением — некоторые московские и петербургские художники образовали товарищество. Отныне произведения русского искусства, доселе замкнутые в одном Петербурге, в стенах Академии художеств, или погребенные в галереях и музеях частных лиц, делаются доступными для всех». Общественный деятель и исследователь искусства Стасов так отзывался о выставке: «Самая большая художественная новость в настоящее время в Петербурге — передвижная выставка. С какой стороны на нее ни посмотришь, везде она является чем-то особенным и небывалым: и первоначальная мысль, и цель, и дружное усилие самих художников и изумительное собрание превосходных произведений». Вслед за петербургской с 24 апреля до 1 июня 1872 года в помещении Училища живописи, ваяния и зодчества проходит дополненная выставка в Москве, на которой представлено 82 произведения от 20 художников. Московская пресса также с восторгом принимает выставку. Доходы от выставки в виде платного входа и процента с проданных работ, были скромными, но достаточными, чтобы выпустить каталог, окупить транспортные расходы и обнадежить организаторов в том, что дело будет иметь коммерческий успех.

Все финансовые расчеты также прописаны в уставе Товарищества:

«§ 17. Касса Товарищества образуется:

а) из платы за вход публики на выставку,

б) из вычета 5 % с продаваемых на Выставке художественных произведений и изделий.

§ 18. Для ближайшего хранения кассы Товарищества и для выдачи ссуд, разрешенных правлением, она избирает из среды своей кассира.

§ 19. По окончании выставки чистая прибыль, если таковая окажется за расходами по устройству и передвижению выставки, за вычетом 5 % проданных вещей, поступает в раздел между экспонентами, сообразно произведенной правлением оценке их произведений. Сумма же, составляющаяся из означенных 5 %, назначается для выдачи из нее ссуд тем членам Товарищества, которые, по недостаточности средств, не имеют возможности закончить свои произведения к сроку.

§ 20. Во время передвижения выставки все художественные произведения должны быть застрахованы в сумме, назначенной самими авторами.

§ 21. Выставку, во время передвижений, сопровождает за счет Товарищества лицо, избранное общим собранием; в случае надобности ему дается помощник, которого он сам выбирает. Оба этих лица должны быть вполне ответственны за целость сумм и художественных произведений и обязаны в точности следовать данной им инструкции.

§ 22. Продажная цена произведению, принятому на выставку, назначается самим автором.

§ 23. Если опыт укажет на необходимость каких-либо изменений или дополнений в сем уставе, то, по одобрению таковых общим собранием, испрашивается утверждение их установленным порядком.

§ 24. В случае ликвидации дел Товарищества его касса за удовлетворением из нее денежных претензий, имеющихся на Товарищество, поступает в раздел между наличными и бывшими членами Товарищества, сообразно тому, сколько от каждого из них поступило 5 % взноса в кассу».

В результате, первая выставка посещает украинские города Киев и Харьков. С первой выставки передвижников также устанавливается прочная связь художников с будущим покровителем П. Третьяковым, который приобретает картины «Петр I допрашивает царевича Алексея в Петергофе» Ге, «Грачи прилетели» Саврасова, «Порожняки» Прянишникова, «Майская ночь» Крамского, а также статую «Иван Грозный» Антокольского.

Товарищество имело два отделения в Петербурге и в Москве. Местопребыванием правления Товарищества назначалась та из столиц, в которой проживало наибольшее число членов Товарищества. Члены правления избирались на годичный срок из числа членов Товарищества. В обязанности членов правления входили следующие пункты:

«§ 12. назначение маршрута выставки; приискание помещения для нее; снабжение инструкцией лиц, сопровождающих выставку; оценка картин, служащая основанием при разделе прибыли между экспонентами; приобретение различных предметов, нужных для выставки; определение платы за вход на выставку; назначение и выдача ссуд членам Товарищества; ведение книг; хранение кассы и вообще распорядительная часть по устройству и перемещению выставки.

§ 13. Правление при открытии выставки определяет, какие из составляющих произведений могут быть выдаваемы покупателю немедленно и какие лишь по возвращении выставки на место ее отправления.

§ 14. Правлению предоставляется право выдавать ссуды членам Товарищества по рекомендации одного из Отделений».

Основные выставки проходили ежегодно в Москве и Петербурге, но были и параллельные выставки, на которых демонстрировались не проданные на основных выставках произведения. Первая параллельная выставка стартовала с августа 1886 года в Нижнем Новгороде и завершилась в апреле 1888-го в Витебске, объехав за полтора года в общей сложности 12 городов, включая также Казань, Самару, Пензу, Тамбов, Козлов, Воронеж, Новочеркасск, Ростов, Таганрог, Екатеринославль, Курск. Всего было проведено 47 передвижных выставок, последняя из которых прошла в марте 1922 года.

Первая выставка импрессионистов 1874 г.

Импрессионисты стали наиболее ярким художественным течением, вступившим в противостояние с официальным академическим искусством и формами его репрезентации. Первая выставка импрессионистов была организована в 1874 году как реакция на консервативную политику официального парижского Салона. Инициаторами выставки были Клонд Моне и Базиль. Отбором художников занимались Моне, Ренуар, Сислей, Писсарро, Дега и Берта Моризо. В общей сложности в выставке участвовало 163 картины от 30 художников. Среди участников были не только широко известные ныне художники, но и неизвестные имена, например: Огюст де Молен, Огюст-Луи-Мари и Леон-Огюст Отены, Луи Дебра, Антуан-Фердинан Атендю, Эдуар Бельяр, Станислас-Анри Руар, Захарий Астрюк. От участия в этой выставке, как и в последующих, отказался Эдуард Мане. Официальное название выставки звучало как «Выставка Анонимного общества живописцев, графиков и граверов». Организатором объединения общества художников выступил

Камиль Писсарро, разработавший проект объединения, взяв за основу устав профсоюза банкиров в Понтуазе. Причиной, побудившей к созданию общества, стал, помимо прочего, экономический кризис, разразившийся во Франции в 70-х годах. Доходы художников от продажи картин сильно упали. Объединяясь, художники преследовали цель сократить расходы на организацию выставок. Первая выставка импрессионистов прошла в Ателье Надара в доме № 35 на бульваре Капуцинок в Париже. Гаспар-Феликс Турнашон (Надар) был одним из пионеров фотографии, другом Бодлера и Делакруа. Он предоставил помещение для выставки художникам бесплатно. Каждый участник выставки должен был заплатить по 60 франков, что давало ему право выставить две картины (реально это правило не соблюдалось — каждый выставлял столько картин, сколько хотел). Было выставлено 163 работы (Дега — 11 работ, Моризо — 9, Ренуар — 8, Моне — 5). Развеску картин поручили специальной комиссии во главе с Писсарро, которая путем голосования определяла, где и какую картину повесить. В отличие, например, от Салона Независимых, где картины развешивались строго в алфавитном порядке, что в визуальном отношении вызывало разнобой. Часы работы выставки сначала определили с 10 утра до 6 вечера и затем с 8 до 10 вечера для того, чтобы выставку могли посетить работающие днем люди. Плату за вход установили в 1 франк. Выставка открылась 15 апреля 1874 года, за две недели до открытия Салона. Пресса негативно реагировала на выставку, но при этом с достаточно большим интересом. В историю выставка Анонимного общества живописцев, графиков и граверов вошла именно как первая выставка импрессионистов. Самого термина «импрессионизм» до нее не существовало. Его использовал художественный критик журнала «Шаривари» Луи Леруа, иронизировавший над названием картины Клода Моне «Впечатление. Восход солнца» (1872).

В ходе выставки общие сборы составили 949 франков. Эта сумма была распределена между 30 участниками, то есть по 36 франков. Неизвестно, сколько работ было продано на выставке, но известна выручка от стоимости проданных картин — 3600 франков. Всего было проведено 8 выставок импрессионистов, но они навсегда изменили представление о том, как искусство должно выставляться и продвигаться.

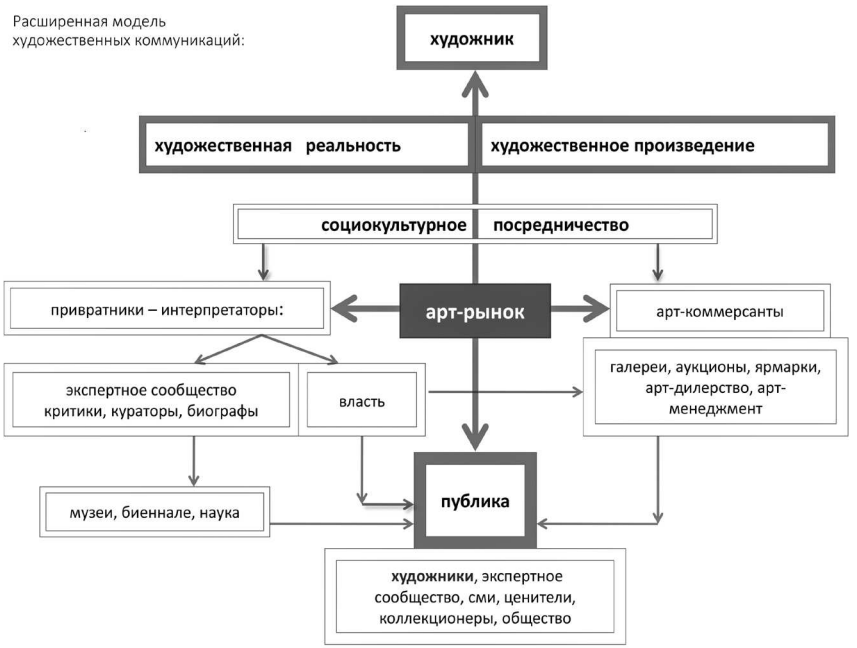
ГЛАВА 2
ХУДОЖЕСТВЕННАЯ ВЫСТАВКА КАК ОБЪЕКТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Социокультурное посредничество. Выставка как сфера деятельности экспертного сообщества: искусствоведов, критиков, кураторов. Выставка как сфера деятельности арт-коммерсантов: менеджеры, дилеры, галеристы. Взаимодействие различных форм социокультурного посредничества.

Социокультурное посредничество

Социокультурное посредничество. В создании художественного проекта задействованы прямо или косвенно очень многие люди, структуры и институции, формирующие все многообразие художественных коммуникаций, так называемое социокультурное посредничество, на пересечении которого существует арт-рынок.

Традиционно главным субъектом творческой деятельности являлся художник, без него не было бы произведения искусства. А публика — основной реципиент. При этом публика — понятие не однородное. Сюда может относиться и профессиональное сообщество, критики и искусствоведы, и представители власти, чиновники и политики, также инвесторы и меценаты, коллекционеры и потенциальные покупатели, журналисты, другие художники, люди, интересующиеся искусством и посе-



щающие выставки, кто регулярно, а кто время от времени, и так далее. Поэтому художественная выставка имеет определенную аудиторию, а другой публикой может быть либо не воспринята вовсе, либо воспринята иначе.

Иосиф Бродский говорил, что произведение искусства обращается к человеку тет-а-тет, вступая с ним в прямые без посредников отношения. Однако, как бы красиво ни звучала фраза, что искусство не нуждается в посредниках, на деле это не совсем так. Художественные коммуникации не ограничиваются строго художником, произведением и реципиентом (конечным зрителем), а включают множество субъектов, способствующих или препятствующих взаимодействию художника и его зрителя. Несмотря на то что не кто иной, как сами художники веками занимались не только созданием своих произведений, но и их

продвижением и репрезентацией, будучи арт-менеджерами и кураторами задолго до того, как эти слова возникли в профессиональном лексиконе, они никогда не были единственными, от кого зависел их успех. Чем развитее арт-рынок, тем больше возникает учреждений, институтов и субъектов для его обслуживания.

Художники на протяжении истории неоднократно пытались ограничить посредническую функцию художественных институций (музеи, галереи) и институтов (арт-критика), это происходило во времена импрессионизма в Париже в конце XIX века, во времена авангарда в начале XX, в рамках «бедного искусства», акционизма и лэнд-арта в 1960-е, уличного искусства в 1980-е и так далее. Тем не менее, отказываясь от одних форм посредничества, неизбежно возникала необходимость создавать другие или переосмысливать старые.

Социокультурное посредничество способствует установлению связей между художником и публикой, создавая условия для развития, представляя, растолковывая, обращая в той или иной форме внимание зрителя на творчество художника, центральным моментом социализации которого, как говорилось выше, является художественная выставка. Социокультурное посредничество можно разделить на три основные составляющие:

- *исследовательскую* (экспертное сообщество: искусствоведы, биографы, критики, кураторы),
- *коммерческую* (арт-бизнес: галеристы, дилеры, арт-менеджеры),
- *идеологическую* (государственные структуры, чиновники, власть).

Выставка как сфера деятельности экспертного сообщества

Многообразие и сложность понимания искусства, неоднородность публики и ее проникновения в художественные смыслы, обусловливают наличие целого института посредников и «интерпретаторов» – *критиков, искусствоведов, кураторов, музейных сотрудников*, помогающих разобраться в качестве художественного продукта.

Мы узнаем о творчестве тех или иных авторов, когда те уже прошли некий отбор профессиональным сообществом. Площадки и институции, на которых проходят выставки, наличие работ в музейных экспозициях, каталоги, монографии, престижные награды и премии, публикации в СМИ и прочее — все это источники, которые формируют наше отношение к искусству.

Представители экспертного сообщества сами могут и не производить искусство, но оно является объектом их профессионального изучения и пристального исследования, поэтому их мнение является наиболее авторитетным и влияет на мнение остальных. Результаты их работы — это не только специализированные каталоги, научные труды и биографии, но также художественные выставки, выступающие в данном ключе как эстетический и культурный феномен. Представители экспертного сообщества выступают как носители вкуса и знаний, которые либо сами организовывают выставки, на которых публика узнает о том или ином художнике, периоде в искусстве, либо обозревают и дают оценку выставкам, сделанным другими профессионалами от искусства.

Можно выделить *искусствоведческую, критическую и кураторскую формы деятельности* экспертного сообщества. Они могут сочетаться в одном и том же человеке, но по своей сути — они не тождественны.

Задача искусствоведческой мысли – теоретизировать произведения искусства, их техники, смыслы.

Искусствоведы занимаются научной деятельностью, как правило, состоя в штате художественных музеев, специализируясь на конкретном периоде или художнике. Они готовят монографические работы, коллективные научные исследования, участвуют в научных конференциях, составляют каталоги-резоне, пишут тексты для каталогов выставок, дают экспертные заключения и, конечно, организуют выставки как результаты их исследовательской работы.

Задача критической мысли – оценивать и судить выставки, созданные кураторами и произведения, созданные художниками.

Художественные критики публикуют художественно-аналитические статьи, статьи и обзоры художественных событий в профильных СМИ или в специализированных разделах культуры общих СМИ. Обычно поводом для публикации журналистами и художественными критиками тех или иных материалов о художнике и его творчестве являются именно художественные выставки или иные публичные акции. Художник может быть медийной персоной или шоуменом, но предметом изучения экспертного сообщества является прежде всего его творчество, актуализированное через выставки.

Наиболее известные современные российские арт-критики – *Борис Гройс*[9], *Андрей Ерофеев, Валентин Дьяконов, Виталий Пацюков, Сергей Хачатуров, Александр Евангели*, *Ирина Кулик, Константин Бохоров, Андрей Ковалев, Екатерина Деготь, Антонио Джеуза, Евгения Кикоидзе* и другие.

Авторитетные художественные СМИ: газета The Art Newspaper Russia, Художественный журнал Виктора Мизиано, журнал Диалог

[9] Борис Гройс искусствовед, критик советского происхождения, с 1981 года живет в Германии.

Искусств Московского музея современного искусства, журнал Арт-гид, журнал Искусство. Онлайн-издания: Artandyou.ru, Aroundart.ru, Artuzel.ru и другие. В советское время специализированных художественных изданий было больше, в современной российской специфике, да и, наверное, в общемировой, художественная критика подчас становится тождественна арт-журналистике. На этот счет существуют разноречивые мнения. Ряд профессионалов полагает, что критика — это тип мышления, а журналистика — форма деятельности[10]. В постинформационном обществе, характеризующемся фрагментарным мышлением, клиповым сознанием, в эпоху Фейсбука и Инстаграма новостной формат более востребован аудиторией, чем длинные статьи в журналах.

Отделы культуры и специализированные рубрики, в которых арт-обозреватели рассказывают об открытиях выставок и событиях на арт-сцене, существуют практически во всех ведущих СМИ, в том числе в ИД «КоммерсантЪ», «Независимой газете», «Российской газете». Существуют и отраслевые СМИ — телеканал «Культура», радио «Культура», газета «Культура», в которых работают арт-обозреватели. *Дмитрий Буткевич («Коммерсант ФМ»), Дарья Курдюкова («Независмая газета»), Ксения Воротынцева (газета «Культура»), Андрей Васянин («Российская газета»).*

Поскольку изучение искусства является для экспертного сообщества сферой профессиональной компетенции, искусствоведы и арт-критики также могут входить в жюри авторитетных премий и конкурсов, в том числе определяя лучшие выставки, кураторов или художников.

Наиболее авторитетные российские премии в области современного искусства: государственная *премия Инновация*, органи-

[10] Интервью с доктором искусствоведения, профессором Московской государственной консерватории Татьяной Курышевой [Электронный ресурс] // Конс Арт проект арт-журналистов. URL: http://www.stinfa.ru/?id=59264 (Дата обращения: 21.10.2016).

зуемая Государственным Центром Современного Искусства, независимые премии: *Премия Кандинского*, организуемая частным фондом Арт Хроника; *Премия Курехина*, организуемая Фондом Сергея Курёхина.

Задача кураторской мысли – формулировать вопросы в ходе выставок, чем, как правило, занимаются независимые кураторы, искусствоведы и арт-критики, реализующие художественные проекты время от времени на разных площадках — галереях, музеях, арт-ярмарках, биеннале и так далее.

Представители экспертного сообщества не заинтересованы в коммерческом обращении искусства, более того, это во многих смыслах противоречит их профессиональной этике. Их профессиональная деятельность обычно оплачивается структурой, в которой они работают.

Для защиты интересов искусствоведов, взаимного обмена опытом существует Международная организация художественных критиков (International Association of Art Critics, AICA), которая включает 4 600 арт-профессионалов из 95 стран мира. Организация художественных критиков также имеет российскую секцию, в которую входят такие яркие российские критики и кураторы, как *Виктор Мизиано, Леонид Бажанов, Андрей Ерофеев, Владимир Левашов, Иосиф Бакштейн, Екатерина Деготь* и другие.

Чтобы стать членом организации художественных критиков, необходимо вести активную деятельность в одной или нескольких сферах, таких как:

- публикации в ежедневной или периодической печати, на радио- или ТВ- вещании или в электронных средствах массовой информации;
- публикации научных работ по художественной критике и искусствознанию;

- преподавание теории и истории искусств, эстетики, кураторства на академическом уровне;
- кураторская деятельность по организации выставок в научных или исследовательских целях, в том числе на базе музеев или других выставочных пространств, не имеющая заведомо коммерческой ориентации.

Запрет на прямое или косвенное участие музейных работников в коммерческой деятельности по торговле предметами искусства также прописан в положении 8.13. «Работа вне музея и собственные деловые интересы» Международного совета музеев (ICOM) и призван предотвратить конфликт интересов: «Хотя члены музейной профессии имеют право на личную независимость, они должны отдавать себе отчет, что никакое собственное дело или профессиональный интерес не могут быть полностью отделены от деятельности музея, в котором они работают. Они не должны работать за вознаграждение или выполнять заказы за пределами музея, если это вступает в конфликт или может выглядеть как то, что вступает в конфликт с интересами музея»[11].

Художественная выставка как часть арт-бизнеса

Борис Гройс в работе «Апология художественного рынка»[12] высказывает логичное предположение, что «нет никакого смысла производить искусство, если его не выставлять и не продавать: достаточно тогда внутреннего созерцания и медитации. Искусство ориентировано на создание ценностей и их сбыт». Возникает необ-

[11] Этический кодекс ИКОМ для музеев [Электронный ресурс] // Кодекс музейной этики на официальном сайте ГМИИ им. Пушкина. URL: http://www.arts-museum.ru/museum/documents/icom_code/20135_file_1.pdf

[12] Гройс Б. Апология художественного рынка.

ходимость в том, чтобы свести на одной площадке художественный продукт и его потребителя, способствуя удовлетворению потребностей обеих сторон: художника и покупателя. Появляется потребность в арт-бизнесе, представляющем интересы художника. В данном ключе у художественной выставки помимо эстетической существует ярко выраженная *коммерческая ориентация,* направленная на продажу произведений искусства. Коммерческое посредничество освобождает художников от многих не обязательно свойственных им функций, ведь талантливый художник и опытный предприниматель необязательно сочетаются в одной личности. Чтобы быть продаваемым художником, нужно быть не только талантливым, но и суперкоммуникабельным. Художник заинтересован быть вовлеченным в структуру арт-рынка, переложив продажу своих произведений на плечи посредников, которые популяризировали бы его творчество, в первую очередь организовывая выставки, направленные на увеличение продаж, расширение круга потенциальных почитателей, выстраивание коммуникации с аудиторией, в том числе через принятие экспертным сообществом. Здесь *возникают галеристы, арт-дилеры*[13] и прочие субъекты, занимающиеся арт-бизнесом и заинтересованные напрямую в материальной выгоде от продажи произведений искусства.

Коммерческая ориентация выставок также может подразумевать действия *арт-менеджеров*, направленные на создание посещаемых выставок, продажу сопутствующих товаров и тому подобное.

Сегодня очень распространены выставочные бизнес-проекты — различные мультимедийные шоу, такие как «Ожившие полотна».

[13] Арт-дилер отличается от галериста тем, что необязательно имеет собственную площадку (галерею) для демонстрации произведений искусства, а может организовывать выставки на различных площадках.

Взаимодействие различных форм социокультурного посредничества

Несмотря на то что в своей основе вышеперечисленные формы посредничества разграничены друг с другом очевидно, что на практике они существуют и развиваются в постоянном взаимодействии. Специфика арт-рынка такова, что это не только система экономических, но и культурных взаимоотношений. Невозможно, формировать спрос и предложение на предметы искусства вне их эстетической, духовной и культурной ценностей, поэтому задача арт-бизнеса часто именно в формировании или обосновании последних, для чего им требуется поддержка экспертного сообщества. Прагматическая заинтересованность может заключаться не только в том, чтобы продать произведение искусства, но также и в том, чтобы оказать публике различного рода услуги, в том числе в рамках академических выставок (входные билеты, печатные издания, продажа сувенирной продукции и т.д.). Итак, первоначально экспертное сообщество призвано обеспечивать теоретическое обоснование, а арт-бизнес — коммерческий успех выставочных проектов, но сегодня они все более сближаются друг с другом, расширяя сферы своей компетенции. Арт-критики нередко сами выступают организаторами выставок или продают произведения искусства, являются сотрудниками аукционных домов, а галеристы пишут искусствоведческие статьи и обзоры, художники становятся кураторами или дилерами, музейные директора идут работать в аукционные дома, и, наоборот, бывшие арт консультанты уходят в академические круги и так далее. В свою очередь все масштабные выставки и мероприятия в сфере искусства нуждаются в государственной поддержке. Искусство редко входит в сферу компетенции чиновников от культуры, государственные структуры

привлекают для организации художественных выставок представителей экспертного сообщества. Когда же чиновники начинают диктовать политику художественным институциям — это вызывает негативную реакцию со стороны экспертного сообщества.

Ни одна из форм посредничества уже друг другу не противоречит и не взаимоисключает. Большинство влиятельных критиков еще середины XX века, таких как Клемент Гринберг, Пьер Рестани, Джермано Челант и других, не только формировали теоретическую базу, но и сами продумывали концепцию и организовывали выставки. А ведущие арт-менеджеры — Альфред Барр, Александр Дорнер, Харальд Зееман также являлись кураторами и публиковали искусствоведческие тексты. Если говорить о сегодняшнем дне — Ханса-Ульриха Обриста, Питера Вайбеля и других также сложно заключить в рамках строго курирования, арт-менеджмента или художественной критики. Они в равной степени представлены во всех этих областях. Ханс-Ульрих Обрист является одновременно куратором, критиком, историком искусства и директором лондонской галереи «Серпентайн». Питер Вайбель в 60-х был художником, затем стал авторитетным куратором, а сегодня возглавляет центр медиаискусств в Карлсруэ, Австрия.

Директор Третьяковской галереи Зельфира Треуголова известна в первую очередь как искусствовед, она также возглавляла РОСИЗО. Марина Лошак, директор ГМИИ им. Пушкина, была арт-консультантом и владелицей галереи ПРОУН на Винзаводе, директор МСК «Гараж» Антон Белов начинал как арт-дилер, продвигавший художника Олега Доу, крупный коллекционер и владелец частного арт-фонда Стелла Кесаева была назначена решением Министерства культуры РФ на должность комиссара российского павильона и так далее.

Академическая сфера и арт-бизнес развиваются в тесной взаимосвязи. Терри Смит в книге «Осмысляя современное кураторство» пишет: «Эта система — на первый взгляд соревновательная, но по сути основанная на сотрудничестве — стала ядром того спектра музеев и галерей, который мы унаследовали. Обмен ролями был присущ этой системе с самого начала, особенно когда она адаптировалась в модернистском мире к одному городу за другим»[14]. Нельзя полностью исключить ангажированность или заинтересованность определенных субъектов в продвижении тех или иных художественных течений или имен. Но и игнорировать включенность в эту сложную систему художественных коммуникаций у художника фактически нет шансов. Невозможно дистанцироваться от арт-рынка настолько, чтобы полностью выйти из-под его влияния. Тогда деятельность художника будет лишена всякого смысла или перестанет быть профессиональной. Даже если художник будет создавать свои произведения исключительно для себя, для их дальнейшего обнародования и включения в художественные контексты понадобятся усилия заинтересованных лиц, лежащие в рамках социокультурного посредничества.

[14] Смит Терри. Осмысляя современное кураторство. — Москва : Ад Маргинем Пресс, 2015. С. 63.

Этапы реализации арт-проекта

Исследование	Творческий этап, во время которого у куратора зарождается представление о выставке. Идея о новой выставке может быть продиктована увиденными новыми работами художника или даже одной и зародившимся желанием презентовать их. Так же вдохновить куратора способно какое-либо направление в искусства, в этом случае выставка может состоять из экспозиции работ нескольких художников. Далее куратору необходимо глубоко изучить тему и сформировать концепцию.
Коммуникации с выставочным пространством	После создания концепции и состоявшегося преставления о выставке необходимо провести переговоры с площадкой. При условиях, когда куратор работает при определенной галерее, этот этап упрощается, сводясь к устному оговору подробностей. Если же куратор независим и работает самостоятельно, то он составляет письмо и презентацию с описанием запланированной выставки, ее концепции, задач, размера необходимого бюджета и предполагаемых художников. Предложение должно быть кратким, четким, понятным, емким и убедительным. Большое значение имеет контекст. Необходимо учитывать политическую ситуацию, культурную, социальный аспект.
Переговоры с художниками	Исходя из поставленных задач и личных предпочтений куратора, работа с художниками может подразумевать как заказ новых работ у художника согласно концепции выставки, так и работа с уже имеющимися произведениями.

Производственный процесс	После переговоров с художниками куратор рассчитывает бюджет сам либо поручает это специалисту. Необходимо заранее узнать ценовую политику всех стадий производства и рассчитать их примерную стоимость, а также стоимость необходимых материалов. Так же ведутся переговоры с архитекторами, необходимо тщательно продумать дизайн и четко донести до специалистов задачи.
Выставка	Завершающий этап предполагает не только непосредственно реализацию проекта и открытие выставки, но также и пост-пиар, подведение итогов.

Вопросы

1. Что такое социокультурное посредничество, какие формы оно имеет?
2. В чем специфика искусствоведческой, кураторской и критической мысли?
3. Перечислите авторитетных российских арт-критиков.
4. Как проявляется взаимодействие экспертного сообщества и арт-предпринимательства?

ГЛАВА 3
ГОСУДАРСТВЕННОЕ УЧАСТИЕ В ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Взаимоотношения власти и искусства. Государство как заказчик художественных выставок. Культурная политика современной России.

Помимо экспертного сообщества и арт-менеджеров значительную роль в культурной и выставочной деятельности играет государство. Государственное участие в выставочной деятельности может быть реализовано в рамках:

- культурной и социальной политики,
- официальной позиции власти относительно искусства (цензура),
- власти как прямого заказчика художественных выставок.

Государственная политика в области искусства играет важную роль в деятельности выставочных площадок. Для музеев и государственных галерей — это выделение финансирования, для коммерческих частных институций — создание правовой и налоговой базы.

Взаимоотношения власти и искусства

В разных странах и в разные эпохи взаимоотношение власти и искусства принимает различные формы. В США, к примеру, государство полностью переложило поддержку сферы культуры и искусства на плечи бизнеса, создав для этого особые налоговые ус-

ловия. Поэтому все американские музеи и выставочные пространства, по сути, являются частными. Доля участия государства в их деятельности — минимальная. Выставочная и прочая деятельность в значительной форме определяется запросами публики, а наиболее успешна та выставочная институция, которая умеет выстроить отношения с общественностью и своими попечителями.

В России и в большинстве европейских стран деятельность государственных культурных учреждений, в частности музеев, проведение масштабных выставок, таких как биеннале, происходит за счет государственной поддержки через министерства культуры.

При тоталитарных режимах власть заинтересована в патронаже художественной деятельности, одни художественные течения и художников поощряя, а другим препятствуя и преследуя. В СССР после окончания художественного вуза художник представлял свои работы на суд Выставочного комитета (Выставкома), который отбирал работы для различных всероссийских, всесоюзных, республиканских выставок. Республиканские выставки проводились ежегодно, всесоюзные один, два раза в год. Когда художник набирал определенное участие в выставках, делал себе репутацию, его принимали в Союз художников. Существовали различные выставочные залы. В Москве это были Манеж, Дом художников на Кузнецком Мосту. ЦДХ считался менее престижным. Художникам, которые не встраивались в общую картину социалистического реализма, приходилось искать альтернативные выставочные площадки.

В 1962 году во время посещения выставки *«Новая реальность» в Манеже* Никита Хрущев резко раскритиковал выставку и работы представленных на ней художников-авангардистов. Будучи не подготовленным к восприятию авангардного искусства, Хрущев оказался возмущен увиденным. В результате на следующий

день в газете «Правда» была опубликована разгромная статья, и началась кампания против формализма и абстракционизма.

В демократическом мире искусство развивается свободно по законам арт-рынка. И все же в отдельных государствах не теряет актуальности то, что художественная реальность художников возникает на почве конфронтации с властью. В Китае это Ай Вэйвэй, в России The Pussy Riot, Петр Павленский, арт-группа Война. Реакция власти на действия таких художников-провокаторов, художников — общественных деятелей и диссидентов играет ключевую роль в формировании ценности и восприятия их искусства экспертным сообществом и публикой.

Бывает и так, что отдельные выставки вызывают бурную негативную реакцию со стороны общества и властей. Наиболее резонансным случаем в современной российской истории стало уголовное дело, возбужденное к организаторам выставки «*Осторожно, религия!*» в Музее и общественном центре имени Андрея Сахарова в 2005 году. Тогда суд признал виновными директора и сотрудницу центра в разжигании национальной и религиозной вражды. Провокационное искусство также может быть вписанным в научный и исторический контекст выставки настолько, что не вызывает претензий со стороны полиции или чиновников. Чиновник здесь выступает таким же элементом публики, как любой иной посетитель выставки. Например, выставка «100 лет перформанса» в ЦСК «Гараж» в 2010 году при участии иностранных кураторов Клауса Бизенбаха, директора P.S.1 и куратора MoMA, и Роузли Голдберг, директора и куратора Перформы (Performa) включала в себя фотодокументации многих шокирующих и провокационных перформансов. Были там и работы Петра Павленского, The Pussy Riot и арт-группы Война, но кураторы смогли преподнести их в рамках исследования истории перформанса начиная с 1920—30-х годов таким образом, что это выглядело ис-

кусствоведческим исследованием, а не радикальным вызовом обществу. Безусловно, в каждом конкретном случае все сугубо индивидуально и зависит от сложившихся обстоятельств. В каждой стране, в том числе европейской, случается, что полиция время от времени арестовывает художников или их работы с выставок. Например, на одной из ведущих мировых арт-ярмарок FIAC в октябре 2008 года скандал вызвал арест произведений Олега Кулика со стенда галереи XL, а также самих владельцев галереи Елены Селиной и ее супруга Сергея Хрипуна. В тот год FIAC проходил на двух площадках в Гран-Пале для галерей с репутацией и в Квадратном дворе Лувра для начинающих галерей. Стенд галереи XL располагался в Гран-Пале. Существенная часть представленных работ была отведена под экспозицию Олега Кулика, прославившегося работами в жанре перформанса, под названием «Мусорная корзина». Экспозиция представляла собой расположенный на стене монитор, на котором демонстрировались видео «Я кусаю Америку», обрамленное хаотично развешанными на 180 градусов вокруг монитора небольшими фотографиями-документациями проектов Олега Кулика разных лет. Это были как уже широко известные публике работы из серии знаменитых перформансов Mad dog, так и новые, прежде не демонстрируемые произведения. Олег Кулик во Франции художник достаточно известный. Его регулярно показывают французские и другие европейские галереи. Спустя три месяца в театре Шатле должна была состояться его постановка оперы «Вечерни Девы Марии». Участие в ярмарке Fiac также не было для него дебютом. Его работы находятся как в крупных французских частных коллекциях, так и в государственных собраниях. Тем не менее в один из дней ярмарки к стенду галереи подошли полицейские и сняли с выставки в общей сложности 48 работ на основании того, что они распространяют сообщения, содержащие насильственный и порнографический

характер. Некоторые из арестованных работ уже были приобретены или зарезервированы коллекционерами. Сняты были не только постановочные кадры из знаменитой серии человека-собаки, но также и достаточно безобидные снимки, на которых Кулик в смокинге и бабочке подвешен на строительном кране. Официальная формулировка была, что изображения противоречат статье 227—24 Уголовного кодекса Французской Республики «Создание и распространение любыми способами сообщений, пропагандирующих насилие, порнографию или оскорбляющие человеческое достоинство, карается тремя годами лишения свободы и штрафом до 75 тыс. евро, если это сообщение было увидено несовершеннолетними». При этом подобные произведения допустимо выставлять, если есть предупреждение о том, что содержание произведений может быть шокирующим и иметь возрастной ценз. Накануне открытия выставки организационный комитет ярмарки обратился к Елене Селиной и Сергею Хрипуну с просьбой поместить у входа в галерею XL табличку с этой информацией. Галеристы разместили их даже две, но этого оказалось недостаточно, чтобы избежать проблем с полицией. Транспортировкой из России и таможенным оформлением произведений Кулика занималась логистическая компания Fineartway. По их информации, произведения на таможне не открывались, но изображения работ были в необходимом пакете документов, с которыми ознакомились таможенники и, пропустив груз, отправили запрос в французскую полицию. Сами же галеристы не знали, что нарушают закон, полагая, что табличек достаточно. В результате и Селина, и Хрипун были задержаны полицией, но отпущены через несколько часов. Сам процесс снятия и ареста работ во время выставки вызвал бурную реакцию у посетителей ярмарки. У стенда собралась толпа. Первое время, собравшиеся полагали, что присутствуют на перформансе. Когда полиция разъяснила,

что все происходящее всерьез, многие стали заступаться за галеристов, возмущаясь, что полиция не имеет права решать, что посетителям смотреть, а что нет. По всей видимости, спорная ситуация сложилась из-за несовершенства юридической практики, существующей в той или иной форме в любом государстве, неудачно сложившемуся стечению обстоятельств в виде реакции таможенников и полицейских. Тем не менее, когда дело касается скандального искусства, это то, чего следует ожидать.

Сами художественные институции или кураторы также время от времени могут пытаться цензурировать художников и их произведения, пытаясь избежать возможного скандала и реакции со стороны общества и властей. А директора музеев или выставочных пространств вступаться или не вступаться за проходящие у них выставки и работающих с ними художников. Например, после скандала вокруг выставки Яна Фабра в Эрмитаже в 2016 году директор Михаил Пиотровский и куратор Дмитрий Озерков дали серию многочисленных интервью в СМИ, пытаясь разъяснить кураторские контексты. Противоположным образом повели себя организаторы выставки Джока Стерджеса «Без смущения» в галерее Братьев Люмьер в октябре 2016 года. Сенатор Елена Мизулина призвала закрыть выставку в связи с подозрением наличия на ней детской порнографии, назвав выставку «педофильской». Закрытие выставки поддержали представители Общественной палаты. А омбудсмен по правам детей Анна Кузнецова направила запрос в прокуратуру для расследования. Несмотря на то что на выставке, по заявлению руководства галереи, в Москве никаких «педофильских» фотографий представлено не было, выставка была ими в спешном порядке закрыта. Джок Стерджес получил мировую известность снимками из жизни нудистского сообщества. Сам фотограф выразил недоумение, почему выставку закрыли, пояснив, что на фотографиях изображены его соседи и друзья, которых

он снимал с 70-х годов прошлого века. Он объяснил выбор такой темы «очарованием человеческого естества» и сказал, что в них нет ничего постыдного. Выставка представлялась руководством галереи как проходившая при поддержке Министерства культуры РФ, в том числе анонс выставки был размещен на сайте министерства. Сразу после скандала анонс с сайта был снят, а в министерстве сообщили, что о выставке слышат впервые.

Государство как заказчик художественных выставок

Помимо культурной и социальной политики государство может также выступать прямым заказчиком художественных выставок.

Сегодня государство заинтересовано в заказе художественных выставок в рамках своих внешнеполитических коммуникаций, для организации которых привлекает экспертное сообщество. В советское время существовал Республиканский центр художественных выставок и пропаганды изобразительного искусства «Росизопропаганда».

В современной России для этого существует выставочный агрегатор *ФГБУК ГМВЦ «РОСИЗО»* — учреждение Министерства культуры Российской Федерации, многопрофильная организация, разрабатывающая и реализующая выставочные проекты по заказу государства. Министерство культуры РФ указывало, что перед «РОСИЗО» стоят задачи проведения «эпохальных передвижных выставок». С начала 2000-х годов ГМВЦ «РОСИЗО» принял участие в организации более 450 выставок в России и за рубежом, среди которых «Амазонки авангарда», «Москва — Берлин», «Россия!», «Коммунизм — фабрика мечты», «Россия — Италия. От Джотто до Малевича» и другие.

Современная российская культурная политика

В последние несколько лет можно констатировать интенсификацию государственных управленческих и законотворческих инициатив, направленных на сферу культуры. В феврале 2016 года принята «Стратегия государственной культурной политики на период до 2030 года», которой предшествовали утвержденные указом Президента РФ от 24 декабря 2014 года «Основы государственной культурной политики», ведется работа над новой редакцией закона о культуре. Культуре впервые за многие годы стало уделяться приоритетное внимание, в том числе в статье бюджетных расходов. В среде профессионального сообщества эти перемены вызвали неоднозначные оценки в первую очередь в связи с тем, что культуре в современной России оказалась отведена ведущая роль в сохранении «государственного суверенитета и цивилизационной самобытности страны»[15], где культура понимается основой национальной безопасности, а государство «основным стратегическим инвестором культуры и культурных институтов, […] ключевым субъектом культурной политики». Исследователи отмечают, что обилие управленческих инициатив, направленных на сферу культуры, можно расценивать как попытку трансформации прежнего узковедомственного подхода к культуре в единую стратегию работы государственного аппарата, интенсифицированное внимание к деятельности культурных организаций как возвращение патерналистского подхода к культуре, через которую государство собирается

[15] Основы государственной культурной политики [Электронный ресурс] // Официальный сайт Министерства культуры РФ. URL: http://mkrf.ru/upload/mkrf/mkdocs2016/OSNOVI-PRINT.NEW.indd.pdf (дата обращения: 25.10.2016).

формировать новые смыслы[16]. В 2012 году в послании к Федеральному собранию президент Владимир Путин обращал внимание на дефицит «духовных скреп» нации («дефицит того, что во все времена делало нас крепче, сильнее, чем мы всегда гордились»[17]). Для государства культура понимается как носитель определенной, присущей исключительно России системы ценностей. Культуролог Даниил Дондурей в комментарии газете «Известия», высказываясь относительно документа «Основ государственной культурной политики», говорил: «Я надеюсь, что в финальной версии от этого документа не останется камня на камне и ни у кого больше не останется желания сказать, что мы не европейцы»[18]. Тем не менее интересы государства обозначить свою позицию относительно того, какие ценности и качества нам присущи, а какие опасны и вредны, директивными жестами становятся все более явными. Происходящая смена ориентиров отсылает к практикам регламентации коллективной жизни, распространенным в авторитарных режимах прошлого, в том числе в Советском Союзе. Одной из наиболее проблемных в этом смысле сфер, безусловно, является современное искусство, которое трудно для восприятия широкой публикой, во многом достаточно маргинально. В мае 2016 года Государственный центр

[16] Мороз О.В. Стратегии российской государственной культурной политики: опыт расследования [Электронный ресурс] // Журнальный клуб ИНТЕЛРОС. Интеллектуальная Россия, №3, 2016. URL: http://www.intelros.ru/readroom/nz/n3-2016/print:page,1,30615-strategii-rossiyskoy-gosudarstvennoy-kulturnoy-politiki-opyt-rassledovaniya.html. (дата обращения: 23.10.2016)

[17] Путин: Российское общество испытывает дефицит милосердия [Электронный ресурс] // РИАНОВОСТИ URL: https://ria.ru/society/20121212/914453619.html

[18] Минкультуры изложило основы государственной культурной политики [Электронный ресурс] // сайт газеты «Известия». URL: http://izvestia.ru/news/569016 (дата обращения: 25.10.2016).

современного искусства стал подразделением Музейно-выставочного центра «РОСИЗО», что привело к реорганизации центра. В том числе был закрыт выставочный зал на Зоологической, 13.

В октябре 2016 года директор театра «Сатирикон» Константин Райкин на 7-м съезде Союза театральных деятелей России выступил с критикой цензуры и попыток борьбы государства за «нравственность в искусстве»: «Вот эти группки оскорбленных якобы людей, которые закрывают спектакли, закрывают выставки, нагло очень себя ведут, к которым как-то очень странно власть нейтральна — дистанцируется. Мне кажется, что это безобразные посягательства на свободу творчества, на запрет цензуры… Когда мочой обливают фотографии[19] — это что, борьба за нравственность, что ли? Вообще не надо общественным организациям бороться за нравственность в искусстве. Искусство имеет достаточно фильтров из режиссеров, художественных руководителей, критиков, души самого художника. Это носители нравственности. Не надо делать вид, что власть — это единственный носитель нравственности и морали. Это не так. Вообще, у власти столько соблазнов; вокруг нее столько искушений, что умная власть платит искусству за то, что искусство перед ней держит зеркало и показывает в это зеркало ошибки, просчеты и пороки этой власти»[20]. С ответом Райкину выступил пресс-секретарь

[19] Имеется в виду инцидент на выставке Джока Стерджеса в галерее Братьев Люмьер в октябре 2016 г. и другие скандалы с закрытием и агрессивным действием в сторону искусства, например, когда в результате атаки околоцерковных активистов на выставку скульптора Вадима Сидура в Манеже в августе 2015 года пострадало 4 произведения, закрытие постановки оперы «Тангейзер» по Вагнеру в Новосибирском театре оперы и балета и ряда других.

[20] Расшифровка аудиозаписи опубликованной в социальной сети facebook на странице Ассоциации театральных критиков [Электронный ресурс]

президента Дмитрий Песков, призвавший не путать цензуру с госзаказом, и что если государство выделяет финансирование, то оно вправе определять тему. А когда речь идет о произведениях, которые созданы без участия государственных денег, их свобода может быть ограничена только рамками действующего законодательства. Речь идет в первую очередь об экстремизме и возбуждении розни на религиозной или иной почве, пояснил пресс-секретарь президента.

Вопросы

1. Перечислите основные формы государственного участия в выставочной деятельности.
2. Назовите скандальные выставки из российской истории и какова была реакция власти.

Дополнительные текстовые материалы

«Бульдозерная выставка» 15 сентября 1974 г.

Наиболее скандальной выставкой в советской истории, наверное, можно назвать «бульдозерную выставку» — выставка картин на открытом воздухе, организованная московскими художниками-авангардистами 15 сентября 1974 года в Беляеве на пересечении Профсоюзной улицы и улицы Островитянова. Название и резонанс выставка обрела после того, как была жестоко подавлена властями с привлечением большого количества милиции, с участием поливочных машин и бульдозеров.

На выставке приняли участие одиннадцать художников: Александр Комар, Виталий Меламид, Оскар Рабин, Александр Рабин (сын Оскара), Надежда Эльская (ученица Оскара Рабина), Борух Штейнберг, Лидия Мастеркова, Игорь Холин (сын Лидии), из Ленинграда приехали Евгений Рухин и Юрий Жарких. В приглашении указывалось, что выставка состоится с 12 до 14 часов по адресу: конец Профсоюзной улицы до пересечения с ул. Островитянова. Когда 15 сентября художники с работами и треногами пришли на назначенное место на пустыре их уже поджидали «озеленители» в штатском, милиция, бульдозеры, поливальные машины, грузовики с торчащими из кузовов саженцами и другая спецтехника. Было объявлено, что в установленном месте запланирована посадка деревьев (хотя после событий «бульдозерной выставки» никакого озеленения не последовало). Кроме художников к месту выставки подтягивались и зрители, количество которых, по разным оценкам, достигло 300—700 человек, включая прибывших иностранных корреспондентов. Когда художники

начали разворачивать свои работы, «садовники» вместе с спецтехникой принялись избивать и пытаться ломать произведения. Разгон выставки вызвал большой международный резонанс — в ходе потасовки пострадало несколько иностранных корреспондентов. СССР оказался в позиции оправдывающегося, и, не желая ухудшать и без того сомнительный имидж в глазах международной общественности, советская власть отступила, предложив художникам-авангардистам 29 сентября 1974 года, то есть менее чем через 2 недели после «бульдозерной выставки», официально и безцензурно, правда, всего на несколько часов, выставить свои работы в рамках «Второго осеннего смотра картин на открытом воздухе» в Измайловском парке.

Выставка «Дегенеративное искусство» 1937 г.

Известная выставка «Дегенеративное искусство» («Entartete Kunst»), открывшаяся в 1937 году, представляет собой один из наиболее ярких примеров, когда власть принимает на себя роль главного куратора. Несмотря на то что выставка отбиралась с целью обличить определенные направления в искусстве — импрессионизм, дадаизм, кубизм, фовизм, сюрреализм, экспрессионизм, отбор художников и работ вполне можно считать кураторским. В целом за нее отвечал министр народного просвещения и пропаганды Йозеф Геббельс и президент Государственной палаты изобразительных искусств Адольф Циглер. Автором самой концепции выставки был швейцарский скульптор и фотограф Христиан Филипп Мюллер. Отбор произведений осуществлялся по принципу «дегенеративного

искусства», то есть такого, которое представлялось модернистским, антиклассическим, еврейско-большевистским и антигерманским, а потому опасным для нации и для всей арийской расы. Признаки, по которым произведения были отобраны в экспозицию:

нарочитое искажение натуры (Э. Л. Кирхнер, О. Дикс, В. Моргнер);

издевательское отношение к религии (Э. Нольде, П. Клее);

наличие большевистского и анархического подтекста (Г. Гросс);

политическая тенденциозность, в том числе пропаганда марксизма и антивоенного саботажа (Дж. Хартфилд, О. Дикс);

моральное разложение и увлечение темой проституции под видом социальной критики (О. Дикс, Э. Л. Кирхнер);

утрата национального (расового) сознания и увлечение экзотикой примитивных народов (художники «Моста»);

утверждение человеческого идеала в виде идиотов, кретинов и паралитиков (О. Кокошка, художники «Моста»);

стремление изображать только иудейскую натуру (Л. Майднер, О. Фройндлих).

Утрата здравого смысла ввиду болезненности воображения (И. Мольцан, В. Баумайстер, К. Швиттерс).

Среди художников, представленных на выставке, были Отто Дикс, Василий Кандинский, Эль Лисицкий, Марк Шагал, Макс Эрнст, Алексей фон Явленский, Генрих Кампендонк, Эрнст Людвиг Кирхнер, Пауль Клее, Оскар Кокошка, Ловис Коринт, Вильгельм Лембрук, Франц Марк, Оскар Молл, Пит Мондриан, Ласло Мохой-Надь, Эдвард Мунк, Эмиль Нольде, Отто Панкок, Макс Пехштейн и др. Помимо живописцев в дегенеративные художники записали композиторов Арнольда Шёнберга, Пауля Хиндемита, Белу Бартока, Эрнста Кшенека, Виктора Ульманна,

Эрвина Шульхофа, Павла Хааса, Ханса Краса, писателей Курта Хиллера, Георга Гейма, Ульриха Бехера и др.

Выставка была сформирована в предельно короткий двухнедельный срок. Экспозиция была намеренно составлена так, чтобы подчеркнуть «дегенеративный» характер представленных произведений. У входа зрителей встречал плакат с надписью: «Беременным и несовершеннолетним вход воспрещен», нацеленный на то, чтобы вызвать у немцев ощущение отвращения. Зрители входили на выставку по узкой лестнице и сразу упирались в огромную скульптуру Христа. Залы были хаотично заполнены множеством картин, по большей части без рам и висящих на простых шнурах, освещение в залах было очень скудным. Названия некоторых картин были написаны прямо на них же мелом. Стены были исписаны оскорбительными лозунгами. Выставка пропагандировала идею, что модернизм объединяет еврейско-большевистских художников, ненавидящих Германию. Примечательно, что сам термин «дегенеративный» ввел немецкий писатель еврейского происхождения Макс Нордау для обозначения искаженных образов в искусстве.

Выставку «Дегенеративное искусство» можно назвать успешной с той точки зрения, что первоначально открытая в Мюнхене в здании галереи в парке Хофгартен, она в итоге объехала 12 городов и ее посетили рекордные 3 миллиона человек. Такой рекорд посещаемости выставок был побит лишь в 2000-е годы.

Выставка «RUSSIA!» в Музее Гуггенхайма. Нью-Йорк. 16 сентября 2005 г. – 12 января 2006 г.

КУРАТОРЫ: Т. КРЕНС, Р. РОЗЕНБЛЮМ, Е. ПЕТРОВА, Л. ИОВЛЕВА, П. ХОРОШИЛОВ, О. КОЛУПАЕВА, З. ТРЕГУЛОВА, Г. ВИЛИНБАХОВ И В. ХИЛЛИНГС. ДИЗАЙН ЭКСПОЗИЦИИ: Ж. ГРАНЖ.

Выставка прошла под патронатом президента России Владимира Путина. Открытие было приурочено к юбилейной 60-й сессии ООН. Выставку посетило около 430 тысяч человек, что стало абсолютным рекордом посещаемости для музея Гуггенхайма на то время. Исполнителем выставки выступило «РОСИЗО», в сотрудничестве с Федеральным агентством по культуре и кинематографии, Государственным Русским музеем, Государственной Третьяковской галереей, Государственным Эрмитажем. Выставка проводилась при поддержке благотворительного фонда В. Потанина.

Основной концепцией выставки было показать, что вклад России в мировую художественную сокровищницу не ограничивается исключительно широко известными на Западе достижениями в изобразительном искусстве, такими как иконопись или авангард. Экспозиция также была призвана продемонстрировать, как российская культура на протяжении всей своей истории отзывалась на новейшие достижения мирового искусства, осваивала иные традиции, переплавляла их, в результате чего уже в начале XIX века и была создана блистательная русская школа изобразительного искусства.

На выставке были показано более 250 произведений, среди которых шедевры из Третьяковской галереи, Государственного

Русского музея, Эрмитажа, музеев Московского Кремля, Государственного исторического музея, ряда российских региональных музеев, из частных собраний. Многие из работ впервые демонстрировались за пределами России. Основная экспозиция в центральном здании охватывала более 9 веков истории российского искусства и его основные вехи — иконопись XIII—XVI веков; XVIII век; золотой век и передвижники XIX столетия; авангард начала XX столетия; искусство социалистического реализма конца 30-х — 60-х гг., нонконформистское искусство 1960—1970-х; современное русское искусство до наших дней. Гости выставки могли увидеть работы А. Рублева, О. Кипренского, К. Брюллова, А. Иванова, И. Репина, И. Крамского, Н. Ге, М. Врубеля, В. Серова, Н. Гончаровой, А. Родченко, К. Малевича, М. Шагала, А. Дейнеки, А. Лактионова, И. Кабакова, В. Комара и А. Меламида.

Однако выставка представляла собой не просто собранные вместе достижения русского искусства, но также и четко выстроенную кураторскую мысль. Экспозиция раскрывалась по спирали, наложенная на соответствующую архитектуру здания Музея Гуггенхайма, что, по замыслу кураторов выставки, удачно символизировало художественное развитие России. От икон и средневековой живописи на нижних этажах к современному российскому искусству. Все заканчивалось инсталляцией Ильи Кабакова «Человек, улетевший в космос», которую организаторы выставки смогли взять для выставки из Центра Помпиду. По мнению одного из кураторов выставки Зельфиры Трегуловой, эта работа символизирует особенность русского гения, заключающуюся в стремлении к абсолютному идеалу.

В двух галереях башни музея показывалось западное искусство, собранное Петром I и Екатериной II, а также коллекции Морозова и Щукина с целью продемонстрировать многовековые культурные связи между Россией и Европой, а также дальновид-

ность взглядов и общее значение российских коллекционеров в международном контексте. Среди наиболее известных имен в этой части были представлены Ван Дейк, Рембрандт, Шарден, Ренуар, Сезанн, Гоген, Матисс, Пикассо.

Выставки сопровождались целым рядом образовательных программ, посвященных российской культуре, концертами русской музыки. Были разработаны экскурсии для студентов и школьников разных возрастов. Одновременно с выставкой в Нью-Йорке в Музее Гуггенхайм — Эрмитаж в Лас-Вегасе были показаны шедевры русского декоративно-прикладного искусства XVI–XVII веков «Россия! Величие царей: сокровища Кремля» из собраний Оружейной палаты.

ГЛАВА 4

КУРАТОРЫ И АРТ-МЕНЕДЖЕРЫ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ВЫСТАВОК. ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ ЗАДАЧ

Специфика деятельности куратора и арт-менеджера. Куратор-творец. Критика кураторства. Художники в роли кураторов. Взаимодействие художника и куратора, арт-менеджера и художника.

Специфика деятельности куратора и арт-менеджера

Ключевую роль в представлении искусства сегодня играют кураторы и арт-менеджеры, потому что именно они несут ответственность за организацию художественных выставок. На выставках куратор и арт-менеджер задают публике угол зрения, формируя значимость того или иного искусства. От их профессионализма зависит, будет ли выставка иметь успех. Если художник, как правило, творит по наитию, опираясь на бессознательные эмоции, опыт, память, то куратор и арт-менеджер должны хорошо владеть очень широким спектром знаний от истории искусств, культурологии, философии, социологии, психоанализа, обществознания до технологий маркетинга, связей с общественностью, финансовых и юридических вопросов. Эти профессии сегодня все более востребованы различными художественными институциями. Но, хотя куратор и арт-менеджер в работе над

проектом могут сочетаться в одном лице либо варьироваться в одном и том же человеке в зависимости от проекта, их функции в работе над художественным проектом и профессиональные компетенции различаются.

Термин *«кураторство»* (от лат. Curator — наблюдающий за ходом определенной работы или иным процессом) в современном мире употребляется в достаточно широком смысле, что осложняет его восприятие. И в искусстве сфера ответственности «куратора» существенно варьируется. Куратор художественных выставок — профессия молодая, адаптирующаяся к различным изменениям, что и определяет сложность понимания его функций. Если говорить о кураторе как о человеке, занятом подготовкой художественной выставки, то это профессия, которая часто сочетается с другими. Художники, архитекторы, директора и сотрудники музеев, галеристы, чиновники, бизнесмены, кто только не занимается организацией художественных выставок.

Фигура куратора как самостоятельная профессия появилась лишь в 1960-е годы, для ее обозначения в немецком и французском языках (по месту появления кураторства как независимого рода деятельности) появились соответствующие определения «ausstellungsmacher» и «faiseur d'expositions», дословно «организатор выставок» — «для обозначения фигуры интеллектуала, разворачивающего свою деятельность в противовес музею. Этот интеллектуал устраивает *большие независимые выставки современного искусства*… и посредством своих выставок влияет на общественное мнение»[21].

Таким образом, кураторство как независимый род деятельности в своем истинном смысле может относиться только к интеллектуальным исследовательским проектам в области современ-

[21] О'Нил Пол. Культура кураторства и кураторство культур(ы). — Москва : Ад Маргинем Пресс, 2015. С. 26.

ного искусства. Тем не менее термин «куратор выставки» формально употребляется ко всем, кто так или иначе связан с выставочным производством. В художественном сообществе принято разделение кураторства на *институциональное (в музеях) и независимое*. В зависимости от того, кто является заказчиком выставки и где она проходит, кураторство будем иметь свою специфику, о чем подробнее будет говориться во II разделе.

Но, однозначно, *куратор выставки – не то же самое, что менеджер проекта*. И куратор, и арт-менеджер могут быть заняты в организации выставок как в музеях, так и на биеннале и в арт-галереях. Две эти профессии даже могут сочетаться в одном лице, но подходы к этой задаче у них разные.

КУРАТОР

- создает выставку и объединяет в ней художественные произведения с целью воплотить некий исследовательский или художественный замысел
- формирует художественно-смысловой стержень проекта, который на разных этапах формулирует для художников-участников, менеджмента выставочной площадки, общественности, арт-критиков и СМИ
- осуществляет подбор художественных произведений в рамках сформулированной идеи, в том числе из частных коллекций, от разных художников, из других институций и организует их согласно своему замыслу и исходя из имеющегося у него бюджета

МЕНЕДЖЕР

- создает выставку с целью продвижения (промоушена) художников или художественных институций, извлечения прибыли
- рассчитывает маркетинговый успех проекта
- ищет и ведет переговоры с партнерами, спонсорами для организации выставки, проводит презентации
- координирует работу всех служб в ходе реализации проекта, решает текущие вопросы и задачи, в том числе страхование, логистику, при необходимости таможенное оформление произведений
- планирует бюджет проекта
- планирует PR и рекламную кампанию проекта

- организует художественный процесс в рамках проекта, взаимодействует с художниками, нередко договариваясь о создании объектов непосредственно в месте экспозиции (site-specific)
- занимается воплощением оригинального экспозиционного решения, размещением в определенной последовательности экспонатов, их развеской, аранжировкой цветосветовой среды
- контролирует монтаж/демонтаж выставки
- пишет сопроводительные тексты (экспликации) к произведениям, искусствоведческие статьи для каталогов выставки.
- заказывает архитектуру выставки
- отвечает за монтаж / демонтаж выставки, техническое проектирование, соблюдение сохранности экспонатов
- отвечает за количество проданных билетов/ произведений / вышедших о проекте публикаций
- организовывает открытие/закрытие выставки и другие сопутствующие мероприятия
- контролирует издательскую деятельность
- ведет необходимую документацию
- составляет отчеты о проведенной выставке и ее результатах.

Для куратора выставка — это продукт творческой либо исследовательской деятельности. Границы профессии куратора определяются выставкой, показом произведений искусства. Выставки могут быть как коммерческими, так и некоммерческими (например, биеннале), проходить как в музее, так и в любом другом месте, но куратор несет ответственность в первую очередь за концептуально-эстетическую составляющую проекта, хотя его деятельность также подразумевает организаторскую функцию по отбору и работе с художниками или художественными произведениями в рамках выставки.

Для арт-менеджера выставка — это управленческий проект, один из инструментов продвижения художника или повышения эффективности деятельности выставочной площадки как маркетингового продукта. Обычно менеджер — это профессионал,

помогающий художнику или выставочной площадке быть более эффективными — специалист по связям с общественностью, рекламе, арт-дилер, торговец искусством.

Чем больше институция или выставочный проект, тем больше привлекается сотрудников и происходит диверсификация их обязанностей, многие текущие вопросы, такие как логистика, монтаж, архитектура выставки, рекламная и пиар-кампании выставки, могут отдаваться на аутсорсинг, могут также привлекаться менеджеры под конкретный проект. Куратор, отвечающий за концепцию выставки, как правило, один.

Колумбийский художник Лукас Оспина иронично рассуждает над тем, в чем разница между куратором и пиар-менеджером[22]; приводим некоторые из его мыслей:

- Для куратора не существует публики, только конкретные зрители / менеджеры обожают публику и не думают о зрителе.
- Для куратора начало и конец художественной выставки — это ее язык / для менеджера начало и конец художественной выставки — это коктейль.
- Куратор работает с художником в болезни и здравии / менеджер женится и разводится с искусством в зависимости от успеха выставки.
- Задача куратора ставить под сомнение, быть безрассудным. Он ставит свою жизнь и работу в зону риска и игры / арт-менеджер выступает в роли дипломатического корпуса от искусства.
- Куратор не путает выставку с каталогом / арт-менеджер делает из выставки каталоги, а из каталога книги для журнального столика.
- Куратор ставит искусство главнее жизни, предпочитая

[22] Ospina Lucas. Curating and Public Relations (In 33 these) // ArtReview Magazine. Summer 2015 issue.

работу ее автору / арт-менеджер маскирует работу лицом ее создателя.

- Куратор — кровеносная система искусства / арт-менеджер — работник таможни, он проверяет документы (биографии, страховки, подписи и логотипы спонсоров).
- Как только выставка заканчивается, куратор делает правильную вещь — он исчезает / менеджер фокусируется на цифры, титры и логотипы. Никто не может исчезнуть, а должен принести свое имя на алтарь славы.

И хотя отношение Лукаса Оспины к фигуре менеджера во многом субъективное, доля истины в его словах есть. Влияние арт-менеджера на выставку имеет экзогенный, внешний характер, а у куратора эндогенный, внутренний.

Задача арт-менеджера заключается в том, чтобы успешно провести выставку в смысле количества проданных произведений, входных билетов, затраченного бюджета, публикаций в СМИ. Нередко менеджер стремится исключительно к извлечению прибыли и, будучи озабоченным, как угодить потребителю, пытается навязать художнику или куратору свою стратегию.

Профессионального менеджера арт-проектов отличают:

- навыки эффективного управления деятельностью арт-институций, галерей, биеннале, арт-ярмарок и других выставочных пространств в условиях постоянно меняющейся высококонкурентной среды,
- стремление показать художника или создать условия для работы куратора, не нанося вред их самобытности.

Задача куратора — объединить произведения искусства одного или разных художников с целью создать новый угол зрения на определенную проблематику, выстроить новые линии интерпретации художественных произведений одного или нескольких художников.

Зачем нужны менеджеры более-менее понятно, а кураторы? Ведь, казалось бы, кто как не художники, создающие свои произведения, лучше знают, как их представить публике? Прежде всего, потребность в кураторе появляется тогда, когда возникает вопрос о выставке сразу нескольких художников, разных стилей, разных эпох, разных континентов, разных жанров искусства. Для создания выставки куратору необходимы художники и их работы, поэтому кураторство, как правило, связано с музеями, то есть хранилищами больших художественных коллекций, а также различными биеннале и фестивалями, когда встает вопрос об организации масштабной экспозиции с множеством участников, способов отбора и подачи их произведений. Часто кураторы привлекают художников создавать свои произведения специально для той или иной площадки. Но кураторы могут работать и с персональными выставочными проектами и моновыставками одного автора, задаваясь целью осмыслить авторский путь того или иного художника.

Успех выставки для куратора в отличие от оценки успешной работы арт-менеджера измерить количественными показателями достаточно трудно, но существует понятие художественной критики кураторства. Практически все премии в области современного искусства, как зарубежные, так и российские, включают помимо награждений лучших художников премии для лучших кураторских проектов.

Профессионального куратора отличает:

- стремление создать четкий и ясный образ той идеи, которую он пытается донести,
- задача раздвинуть границы жанра, показать его глубину,
- умение показать художника, с самой яркой стороны,
- и даже если это хорошо известный мастер, по-новому открыть его творчество,
- мастерство объединять художников в рамках выставки не в насильственном виде, а показывая их взаимодействие, диалог.

Критерии оценки эффективности проекта

Количественные показатели	Качественные показатели
• Количество поситителей • Количество откликов и рецензий • Количество проданных работ • Наличие наград и премий	• Узнаваемость проекта в художественном сообществе • Положительный характер статей • Авторитет куратора

Личные качества куратора

Качество	Значение
Работа с информацией	Способность к адаптации и отбору информации Умение помещать информацию в правильный контекст Синтез информации
Гибкость	В процессе реализации проекта концепция часто претерпевает значительные изменения, и куратору необходимо умение подстроиться под новые условия
Коммуникабельность и дипломатичность	Чуткость, способность к коммуникациям как с творческими, так и нетворческими людьми, знание психологии

Управленческие способности	Умение грамотно распределить обязанности, организовать работу других и четко донести поставленные задачи до каждого
Дисциплинированность	Способность работать в рамках установленного бюджета и сроков
Терпеливость	Способность быть стрессоустойчивым и терпимым к неизбежным изменениям, сохранять спокойствие в отношении художников и посетителей
Целеустремленность	Упорство, умение довести начатое до конца, несмотря на возникающие во время реализации проекта трудности
Любознательность	Вечное любопытство в сфере современного искусства и ненасытность в новых открытиях
Ответственность	Пунктуальность, хорошая память и организованность
Уверенность в себе	Важно быть уверенным в своих возможностях и своих идеях, в том, что они нужны миру

Функции куратора

Функция	Описание
Аналитическая	Куратор анализирует процессы, которые происходят в искусстве и социуме, и таким образом выделяет основные проблемы дальнейших художественных произведений
Коммуникационная	Куратор активно сотрудничает с прессой для того, чтобы донести до людей информацию, необходимую для правильного понимания художественного произведения
Социально-преобразовательная	Куратор анализирует и определяет ценности современного социума, как они реализуются в искусстве, а также преобразовывает окружающий мир согласно с новыми требованиями
Оценочная	Куратор оценивает творческую деятельность на предмет экономической эффективности, а также профессиональных характеристик
Концептуальная	Куратор определяет основные идеи воплощаемого проекта, а также формирует правильные подходы для работы с выбранной тематикой
Творческая	Куратор определяет механизмы воплощения художественного проекта согласно его специфическим особенностям
Административная	Также куратор исполняет административную функцию, а именно следит за выработкой плана работ и их реализацией в установленный срок

Куратор-творец

В контексте современного искусства куратор — это автор художественного проекта, чья деятельность приближена к деятельности художника, а не просто исследователь — искусствовед. Для куратора-творца выставка является программным заявлением, высказыванием, отражающим его интеллектуальную позицию по тому или иному вопросу, поэтому воспринимается как самостоятельное художественное высказывание. Представители мировой кураторской элиты, перемещающиеся между крупными фестивалями и биеннале, отличаются тем, что имеют свое кураторское видение, разрабатывают из проекта в проект определенную интересующую их тему, имеют свой собственный узнаваемый стиль, что сближает их с художниками. Куратор-творец является независимым, то есть осуществляет свои проекты на разных площадках, не являясь постоянным сотрудником какой-то из них. Угол зрения куратора-творца предельно широкий. Область его высказываний часто выходит за рамки искусствознания, распространяясь на широкий круг культурологических, философских, политических вопросов и ситуаций, которые осмысливаются куратором через художественную выставку. Куратор-творец — это интеллектуал, философ, создающий ситуации для переживания своих идей при помощи искусства. Поэтому куратор-творец — это не просто профессия, это стиль жизни, образ мышления, в котором он пребывает не от проекта к проекту, а постоянно. Очень мало образовательных учреждений, готовящих независимых кураторов. Скорее в профессию приходят люди из разных направлений гуманитарного знания, обладающие определенным «кураторским» складом ума. Куратор-творец должен быть чутким к окружающему миру и его симптомам, предвосхищать их в своих проектах, что сближает его с художником.

Кураторский бум, начавшийся в 1970-е годы XX столетия, исследователи связывают с появлением нового типа нематериального производства[23], отразившегося на общих стилях жизни и самом искусстве. В это время набирает популярность концептуальное искусство, в котором идея превосходит свое физическое воплощение. Объектом искусства отныне мог стать любой предмет или явление. Институт кураторов-творцов зарождается в условиях постмодернистского понимания мира как особой формы художественного текста, выражающегося в наличии связей и диалога между различными явлениями. Куратор-творец становится особым проводником, вычленяющим эти явные и неявные связи, интерпретирующим их и конструирующим художественные смыслы.

> *Из интервью Artandyou.ru с куратором Виктором Мизиано*[24]*:* 1990-е годы — была эпоха, когда все были увлечены проблемой коммуникаций, социальной проблематикой. Мир стремительно менялся. Интернет объединил людей в реальном времени. Барьеры, которые разделяли человечество, рухнули. Мир стал един. Искусство было увлечено описанием этого нового опыта через проблемы коммуникаций. Человек искал свое место в социальном контексте.
>
> В 2000-е годы, как мне кажется, мир потерял былую динамичность. Началась эпоха стабилизации как в постсоветском пространстве, так и во всем мире. В этот момент, на мой взгляд, вернулась такая вещь, как история, вернулось

[23] Мизиано В. Пять лекций о кураторстве. — Москва : ООО «Ад Маргинем Пресс», 2014. — 256 с.

[24] Виктор Мизиано: «Проблема человека и гуманизма стала центральной в мире и в современном искусстве» [Электронный ресурс]. URL: http://artandyou.ru/category/opinion/post/victor_misiano_problema_cheloveka_stala_tsentralnoi_v_mire_I_iskusstve

чувство традиции, ощущение желания восстановить свою преемственность с прошлым. В той или другой форме, в том числе критического осмысления прошлого. В искусстве стала очень важна тема памяти, истории, биографии. С другой стороны, в момент, когда реальность стабилизируется, а события перестают мелькать, возвращается способность критически смотреть на вещи. Интерес к политике, к критическому анализу реальности — это то, что вошло в искусство в эпоху 2000-х.

По целому ряду причин, все эти проблематики сегодня не то чтобы утратили свою актуальность, было бы неправильно отказаться от критического взгляда на вещи, как и от памяти и истории, но сейчас проблема Человека, экзистенциальная проблематика вновь становятся очень актуальными и важными.

Понятие независимого кураторства было сформировано Харальдом Зееманом, Джермано Челантом, Уолтером Хоппсом, Понтюсом Хюльтеном, Францем Мейером и т.д.[25] Международный масштаб, по мнению Пола О'Нила, новая форма кураторской деятельности обрела в связи с попытками первых независимых кураторов контекстуализировать искусство разных стран в рамках международных групповых выставок, а также в связи с развитием мирового биеннального движения и, как следствие, выдвижением в дискуссиях об искусстве фигуры куратора на первый план.

К современной кураторской элите относят *Ханса-Ульриха Обриста, Жана Юбера Мартена, Франческо Бонами, Питера Вайбеля, Оквуи Энвейзора, Массимильано Джони, Каролин Кристов Бакарджиев* и других.

[25] Обрист Ханс-Ульрих. Краткая история кураторства. — Москва : ООО «Ад Маргинем Пресс», 2012. — 256 с.

В российском современном арт-сообществе подобных независимых интеллектуалов-кураторов, работающих в области современного искусства, имеющих свой узнаваемый, повторяющийся от выставки к выставке кураторский стиль и вносящих вклад в развитие мирового кураторского дискурса, критически мало. К таковым можно однозначно причислить лишь Виктора Мизиано, одного из создателей Европейской биеннале современного искусства «Манифеста».

Критика института кураторства

В художественном мире сложилось неоднозначное отношение к куратору как автору творческого проекта. В условиях проектной ориентации современного мира сами выставки иногда имеют большее значение в истории искусства, нежели художественные произведения, как компоненты, их составляющие. Часто то или иное произведение становится искусством исключительно потому, что внимание влиятельного куратора фокусируется на нем. Возникает диктатура куратора, определяющего, что считать искусством, а что нет. На крупных проектах, таких как биеннале и различные фестивали, которые сегодня являются наиболее востребованными, власть куратора как вершителя судеб особенно ярко проявляется, поскольку он отбирает художников и произведения для выражения своей идеи. В этом смысле куратор выступает дирижером, управляющим оркестром из художников и их произведений. Одни полагают, что куратор, будучи иногда важнее, чем сами художники, мешает свободному выражению художником своего «я». Другие, что куратор лишь направляет и раскрывает творчество художника перед публикой, акцентируя внимание на самых важных и актуальных моментах.

Из интервью Artandyou.ru с художницей Ольгой Тобрелутс[26]*:* «Моей главной претензией к кураторам было желание и стремление некоторых из них подменить собой художника. Ведь идея иллюстративности, от которой современное искусство, казалось бы, ушло, насильственно насаждается сегодня именно кураторами. Они стараются иллюстрировать свою идею работами художников, превращая их из мыслителей и творцов в иллюстраторов своих идей. Завалить выставочное пространство произведениями множества различных авторов, чтобы индивидуальность каждого растворить в потоке общего высказывания иллюстрирующую идею куратора — вот главная задача для многих кураторов сегодня. Таким образом, куратор выступает в роли мегахудожника, такого Сюзерена, обладающего мегаправами перед абсолютно беззащитными перед ним авторами, и отбор происходит по принципу — подходит эта картинка или не подходит, отражается в ней кураторский замысел или нет. Эта система организации больших выставок сейчас имеет основную тенденцию. Это всегда братская могила для творцов».

Художники в роли кураторов

Сегодня все чаще можно слышать, что кураторский бум конца XX века подходит к концу и что необходимость профессии куратора-творца в действительности надумана. Кураторами биеннале и музеев вновь становятся художники, вымещая с этих позиции кураторов-историков искусства. Многие именитые ку-

[26] Ольга Тобрелутс: “Русское искусство — это сырьевой рынок”. О перепитиях арт-рынка глазами его активного участника» [Электронный ресурс]. URL: http://artandyou.ru/category/art/post/art_market_insight_from_artist_olga_tobreluts

раторы привлекают художников к работе над выставками, соглашаясь, что лучшие кураторы — это художники. Куратор должен быть гибким и чувствовать ответственность за то, чтобы произведение состоялось в рамках выставки, не только в рамках замысла куратора, но и как этого хотелось бы самому художнику. Художники-кураторы лучше понимают особенности художественного процесса. Так как профессия куратора очень связана с творческой составляющей, она близка художественной деятельности, и художники в чем-то прекрасно могут подменять кураторов. В конце концов, художники первыми до появления независимого кураторства стали переосмыслять суть искусства и его выставочного пространства.

Критики подхода возражают, что куратор должен иметь собственное видение и обладать энциклопедическими знаниями в большей степени, чем художник, поэтому профессия куратора по-прежнему очень востребована, а хороших кураторов так мало. Ведущий куратор современности Франческо Бонами в одном из интервью сравнивает кураторство с живописью, и тому и другому предписывают смерть, но без того и другого по-прежнему невозможно представить себе современное искусство.

Существует и другая позиция, что в действительности это современные художники и искусство модифицировались, сблизившись с профессией куратора. «Работу художника стало сложнее отличить от работы куратора, ведь художники теперь задействовали в своей практике стратегии медиации, используя текст, лингвистику и теории систем, и в итоге результат их деятельности был куда более концептуальным. В 1969 году художник Роберт Барри предположил, что «слово “искусство”»[27] становится все меньше существительным и все больше глаголом... речь идет

[27] (Art прим. автора)

не столько о самих объектах, сколько о том, какие возможности им присущи, какие идеи они в себе несут»[28]. Таким образом, не только кураторы взяли на себя роль творцов, но и художники в условиях нового типа художественного мышления отошли от понимания искусства как создания объектов к искусству, как мыслительной и исследовательской деятельности, что объясняет, почему так много художников становятся кураторами, — эти два типа деятельности очень близки.

Современные российские художники-кураторы

В России на поприще независимого кураторства известность снискали художники *Арсений Жиляев*, которого арт-критик Валентин Дьяконов определил как одного из лидеров движения «Новые скучные»: «В принципе русское искусство последних лет не отличается каким-то особым национальным своеобразием, но у “новых скучных” похожесть на западные образцы возведена в принцип. Идеологически они против гламура и искусства как товара, стилистически близки заокеанскому концептуализму 1970-х»[29]. Кураторские проекты: куратор площадки молодого искусства СТАРТ (ЦСИ Винзавод 2010-2011), «Рабочее движение» , Специальный проект 3-й Московской биеннале (ЦТИ Фабрика, 2009), «Редкие виды», Специальный проект Биеннале молодого искусства «Стой! Кто идет?», (ЦТИ Фабрика 2010).

Художник представитель московского акционизма, куратор, основатель института База *Анатолий Осмоловский*. «Материал его

[28] О’Нил Пол. Культура кураторства и кураторство культур(ы). — Москва : Ад Маргинем Пресс, 2015. С. 33.

[29] Новые скучные. Валентин Дьяконов о биеннале молодого искусства «Стой! Кто идет?» [Электронный ресурс] // Коммерсант Weekend. URL: http://www.kommersant.ru/doc/1387493 (дата обращения: 20.10.2016)

искусства — весь спектр политических технологий и «методов воздействия»: начиная с анархического хулиганства и провокаций (подраться с неполюбившимся писателем, залезть на бронзового кумира — Маяковского или закидать публику тортами) и заканчивая теоретизированием, революционной агитацией и распространением компроматов»[30]. Кураторские проекты: «Ура! Скульптура!» (ЦСИ Винзавод, 2015), «Мавзолей бунта» (Stella Art Foundation, 2009), «Искусство без оправданий» (МУАР им. Щусева, 2004).

Художник *Стас Шурипа,* один из создателей Агентства Сингулярных исследований, «деятельность которого направлена на исследование как взаимосвязей между эстетическим опытом и историческими условиями, так и возможностей производства художественных смыслов в публичном пространстве»[31].

Художник *Катя Бочавар* специализируется на сайт специфик инсталляциях, использует подход «Здесь и Сейчас» во всех сферах художественной деятельности, будь то работа художника, кураторские, архитектурные, театральные проекты или создание ювелирных украшений. Комбинаторика взята ей за основной принцип творчества. Слова, цвета, звуки, люди, пространства и даже времена — все служит материалом для ее работ[32]. Среди ее кураторских проектов Соавтор (Москва, Пермь 2016), Lexus Hybrid Art (Москва 2015,2012), «Главная выставка страны» (ВДНХ, 2014), Art House Squat Forum (2011).

---

[30] Анатолий Осмоловский [Электронный ресурс] // биография на официальном сайте художника. URL: http://osmopolis.ru/biography (дата обращения: 20.10.2016)

[31] Об агентстве сингулярных исследований [Электронный ресурс] // Официальный сайт. URL : http://asi.moscow/# (дата обращения: 20.10.2016)

[32] Катя Бочавар [Электронный ресурс] // Официальный сайт. URL: http://www.bochavar.ru/ (дата обращения: 20.10.2016)

Художник-куратор *Диана Мачулина,* творчество которой критик Александр Евангели охарактеризовал следующим образом: «Оптика Дианы Мачулиной встраивает в обыденный мир неожиданную иррациональную изнанку, о которой зритель начинает подозревать, вглядываясь в работы художницы. Подозрение зрителя о более сложном, чем видимое, устройстве мира — это следствие прозрений художницы, следствие открытий метафорических механизмов, которые управляют жизнью чутких к метафорам существ»[33]. Кураторские проекты: «Коллективное сознательное. Диалоги с классикой» (Винзавод, 2015).

Художник-куратор *Марина Звягинцева* и *Виталий Пацюков* активно продвигают концепцию паблик-арта — демонстрации произведений современного искусства в общественной, немузейной среде. Их проекты «Спальный район. Открытый урок» в московском Центре образования № 109, «Дом художника "Южное Бутово" в ландшафтном парке «Южное Бутово» и «Медиа Двор» во дворе факультета Медиакоммуникаций Высшей школы экономики наглядно продемонстрировали, что искусство, вне традиционных мест его обитания — музеев и галерей, оказывается эффективным инструментом для выстраивания коммуникаций с публикой, открывая новые возможности, привлекая к поставленным проблемам более широкое внимание, а к современному искусству новых поклонников. Еще один паблик-арт проект Звягинцевой и Пацюкова «Арт-прививка» проходил в пространстве Консультативно-диагностического центра Морозовской больницы. Цель проекта — заинтересовать искусством детей и их родителей, изменить восприятие обстановки больницы.

[33] Художник Диана Мачулина [Электронный ресурс] // Искусство России на Gif.ru. URL : http://www.gif.ru/people/machulina/ (дата обращения: 20.10.2016)

Взаимодействие куратора, арт-менеджера и художника

Взаимодействие куратора и художника, как правило, сосредоточено вокруг вопросов толкования произведения художника в поле кураторского замысла, размещения произведений в пространстве, оформлении выставки, обсуждении деталей процесса. Так или иначе, но наиболее благоприятная форма сотрудничества между куратором и художником — это диалог. В любом случае, каждый раз в отношениях художников и куратора все сугубо индивидуально и зависит от множества факторов. Немаловажную роль играют отношения куратора и художника друг с другом. Нередко их могут связывать длительные дружеские и профессиональные отношения. Но это необязательно, на крупных проектах кураторы могут не только не знать самого автора в лицо, но даже сами произведения отбирать по базе данных или из электронных заявок.

У многих художников существуют персональные менеджеры, отвечающие за организационные вопросы. Не секрет, что многие современные известные и дорогие художники настолько стали схожи с бизнес-проектами, что даже имеют собственный штат, состоящий из десятков сотрудников, которые отвечают в числе прочего за создание и возведение произведений и site-specific инсталляций, администрирование управленческих задач на разных этапах работы.

Художники взаимодействуют с арт-менеджерами и во время подготовки выставок на различных выставочных площадках — галереях, музеях, ярмарках, фестивалях и биеннале. Заказчиком тут может быть как художник, так и выставочная площадка в зависимости от того, кто выступает инициатором выставки. Работа с творческой личностью, выступающей объектом управления, имеет свои специфические особенности.

Несмотря на различия в профессии куратора, арт-менеджера и художника, они должны хорошо понимать цели и функции друг друга. Хорошему куратору необходимы превосходные, подчас энциклопедические, знания истории классического и современного искусства, философии, эстетики, художественной критики, методов репрезентации искусства, культурологии, аспектов современной политики, развития науки и технологий и многое другое. Но куратор также должен функционировать в рамках бюджета, а поэтому не может не задумываться и о материальной стороне вопроса, сколько будет стоить взять произведение у другой институции, осуществить логистику, монтировать, создать произведение непосредственно на месте и многие другие вопросы, касающиеся воплотимости творческого замысла куратора, ведь неограниченные бюджеты на организацию выставки скорее исключение, чем правило.

А профессиональный арт-менеджер должен не только владеть навыками эффективного менеджера, специалиста по рекламе и связям с общественностью, фандрайзера, организатора мероприятий и многими другими навыками, в том числе связанными с юридическими и финансовыми аспектами, но в первую очередь хорошо разбираться в искусстве, понимать процессы его функционирования на арт-рынке, способствовать выражению кураторского видения. Арт-менеджеры часто имеют ограниченный механистический угол зрения на свою профессию, в то время как гениальному арт-менеджеру недостаточно в совершенстве владеть организаторской работой, технологиями маркетинга и связей с общественностью, необходимо уметь прислушиваться к художническим контекстам, хорошо чувствовать суть искусства.

Хотя задачи куратора и арт-менеджера разные, они должны хорошо понимать потребности друг друга в создании действи-

тельно значимых проектов, ведь время от времени один и тот же человек должен мыслить и как куратор-идеолог, перед которым стоят творческие задачи, и как менеджер, несущий управленческие функции.

Арт-менеджер и куратор должны обладать смелостью и умением видеть искусство в предельно широком контексте. Необходимо умение лавировать между доверием аудитории и проведением смелых выставок. Они должны чувствовать готовность аудитории и ее потребности, но и быть более интересными и неожиданными, чем их коллеги. И, конечно, и куратор, и арт-менеджер не должны забывать про художника — главный элемент в художественных коммуникациях, так как без него не было бы произведения искусства, поэтому каждая выставка должна соответствовать также и творческому видению художника, который в свою очередь должен понимать, что для создания успешного и эффективного выставочного проекта необходима командная работа и принятие каких-то решений стоит доверять профессионалам.

Вопросы

1. Какие задачи при организации художественной выставки стоят перед куратором, а какие перед арт-менеджером?
2. Что отличает профессионального куратора?
3. Что отличает профессионального арт-менеджера?
4. Расскажите про фигуру куратора-творца и на каких проектах она наиболее востребована.
5. В чем заключается критика современного кураторства?
6. Назовите авторитетных российских кураторов.

Дополнительные текстовые материалы

Кураторская деятельность Марселя Дюшана. Международная выставка сюрреалистов. 1938

История показывает, что еще до появления независимого кураторства художники сами были весьма изобретательны в организации выставок, выступая в роли кураторов. Например, французско-американский художник Марсель Дюшан — одна из ключевых фигур XX столетия, был не только автором знаменитых рэди-мейдов, но и существенную роль сыграл в кураторских подходах организации выставок задолго до того, как кураторство стало отдельной профессией (о его попытке создания музея современного искусства также говорится в главе 4 раздела II). Известно, что с 1923 года Дюшан отказывался называть себя художником, равно как и не ценил материальную сторону искусства, для него было совершенно неважно, сколько произведение может стоить, его мог заменить любой аналогичный предмет или копия. У Дюшана не было ни одной персональной выставки вплоть ретроспективы 1963 года. Но он активно занимался курированием выставок других. В 1937 году Поль Элюар и Андре Бретон приглашают Дюшана участвовать в разработке концепции Международной выставки сюрреалистов в Париже. Несмотря на то, что Дюшан никогда официально не примыкал к сюрреалистам, он соглашается выступить в роли дизайнера выставочного пространства, фактически куратора, этой, а в будущем и еще нескольких выставок сюрреалистов. Его опыты на этом поприще радикально изменили понимание того, как должна выглядеть художественная выставка.

В 1938 году на Международной выставке сюрреалистов Дюшан превращает вычурные интерьеры парижской Галереи Изящных Искусств в подобие пещеры. Все молдинги, карнизы, потолок, люстры он маскирует 1 200 грязными угольными мешками, набитыми газетами. Посреди зала устанавливает железную жаровню — единственный источник света во всем помещении, а произведения развешивает на вращающихся дверях, наподобие тех, которые стояли на входе в универмаги. В результате этих манипуляций потолок галереи находился в постоянном движении, стены и пол почернели, а угольная пыль потихоньку осыпалась на головы и наряды посетителей выставки. Чтобы зрители могли при таком слабом освещении различить сами произведения, на входе выдавались фонарики. По углам зала были расставлены четыре кровати, усиливающие ощущение сна и нереальности. Такое пренебрежение стандартными выставочными канонами, по мнению Дюшана, должно было дать художникам большую смелость в самовыражении. Что в итоге и произошло — выставка стала значимой поворотной точкой, превзойдя все предыдущие выставки сюрреалистов и дада. Проходя вдоль по лестнице, публика оказывалась на «улице манекенов», состоящей из привычных парижских городских указателей, дорожных знаков, а также шестнадцати позаимствованных у домов моды и одетых в разные костюмы манекенов, символизирующих фетиши художников — участников выставки и взывающих к подсознательным фантазиям публики. В центральном зале было озеро, на полу лежали опавшие листья и земля, в качестве звукового сопровождения — запись истошных просьб об убежище и немецкие марши, прерывавшиеся истерическими танцевальными перформансами. Во внутреннем дворе располагалось «Дождливое такси» Сальвадора Дали, заглянув в которое зритель видел на заднем сиденье под потоком воды полуобнаженный женский манекен, покрытый улитками.

Другая идея Дюшана, которая не была в полной мере реализована, но имела колоссальное значение в развитии теории организации выставок, как вспоминает Марсель Жан: «Дюшан размышлял об установке „волшебных глаз“, так чтобы свет направлялся на ту или иную картину, как только зритель пересекал невидимый сенсор, установленный непосредственно перед ней». Идея Дюшана оказалась на тот момент технически не выполнимой. Но именно в продолжение этой идеи «включающегося света» Ман Рэй и предложил выдавать посетителям фонарики. В результате они рассматривали произведения искусства с иного ракурса и расстояния, чем это предполагалось при стандартной галерейной и музейной развеске. Таким образом были затронуты вопросы восприятия произведения искусства зрителем и взаимодействия с ним. В 1930-е годы в модных и оборудованных по последнему слову парижских музеях казалось незыблемым, что созерцать произведения искусства зрителю стоит с определенного расстояния, отстраненно и без лишних эмоций и телодвижений. Дюшан, напротив, предполагал, что язык искусства и язык тела могут работать в унисон. К примеру, на следующей Международной выставке сюрреалистов в Нью-Йорке в 1942 году Дюшан натянул по залу металлическую проволоку наподобие паутины так, что зрителям было некуда деваться, кроме как задействовать пластику своего тела, чтобы пробраться сквозь нее, перемещаясь по выставочному залу. Опыт Дюшана в качестве организатора и куратора выставок указывает на то, что для него играло ключевую роль не только то, что зритель увидит на выставке, но и как он будет взаимодействовать с увиденным. Эти эксперименты говорят о том, что решение это часто не во власти зрителя, но именно организатора выставки, подталкивающего публику к определенному поведению и восприятию.

Первое независимое агентство по организации выставок Харальда Зеемана

Датой основания кураторства многие исследователи называют 1969 год, когда директор Кунстхалле в Берне легендарный Харальд Зееман создает Agentur fuer geistige Gastarbeit (дословно «Агентство для интеллектуальной работы по найму»), становясь первым независимым куратором. Особенность Зеемана заключалась в том, что он еще на прежней должности активно отстаивал творческую составляющую работы куратора, настаивая на ее художественной самоценности. Теперь и вовсе Зееман принимает решение стать независимым куратором и делать выставки, не будучи привязанным к конкретной институции и площадке. Агентство предоставляло полный цикл услуг по организации выставки — разработку идеи выставки, транспортировку, страховку, монтаж, составление и печать каталогов. Его более чем 200 выставок отличались масштабностью участвующих объектов и широким спектром тем. Зееман был одним из первых, кто начал продавать выставки институциям и заниматься фандрейзингом. Он также один из первых начал взаимодействовать с администрациями городов, осваивая под масштабные выставки заброшенные пространства, чем предвосхитил концепцию творческих кластеров.

Как бизнес-предприятие агентство существовало:

— на процент за счет продажи билетов и каталогов;

— на выручку от продажи выставок заинтересованным институциям;

— фандрейзинг, деньги привлеченные к организации выставки от частных спонсоров.

Агентство также являлось и арт-проектом. Работало под девизами «Заменим собственность свободными действиями»

и «От видения — к гвоздю»; пользовалось оригинальными формулярами писем и печатями. Таким образом, агентство Зеемана сочетало в себе оригинальное кураторское видение и услуги первоклассного выставочного менеджмента.

Куратор Жан-Юбер Мартен и его кураторский принцип «против исключения»

Куратор Жан-Юбер Мартен (род. 1944), руководивший Кунстхалле Берна, несколькими крупнейшими музеями Франции, в том числе Центром Помпиду, а также Музеем искусства Африки и Океании, известен тем, что привлекает художников с разных континентов (не только из Европы и США), более того часто выставляет в традиционном понимании НЕ искусство (предметы племенных цивилизаций, экзотических культур и т.д.) вместе с современными художниками, показывая их взаимосвязь, развивая понятия явлений культуры современного общества и бросая вызов привычному художественному мышлению, показывая в художественных институциях такие предметы и явления, которые там не ожидаешь увидеть.

Жан-Юбер Мартен развивает эту тему с самой первой его значительной выставки «Маги Земли», которая проходила в 1989 г. в Париже, и по сей день. В частности, будучи куратором 3-й Московской биеннале современного искусства в ЦСК «Гараж», он показал работы 80 художников со всех сторон земного шара, не проводя различий между звездами арт-мира, такими как Аниш Капур, и художниками-аутсайдерами из непроходимых джунглей, горных аулов и даже из русской глубинки. Произведения, созданные колдунами-шаманами, душевнобольными, чучела животных и даже 3 живые курицы, полученные путем се-

лекции разных национальных пород, были объединены куратором, продолжая его многолетнюю стратегию политкорректности и гуманизма «против исключения».

Куратор Ханс-Ульрих Обрист

Другой известный куратор современности Ханс-Ульрих Обрист (род. 1968), директор галереи Серпентайн, также изобретает правила игры и ищет новые способы переживания искусства. Известный проект Ханса-Ульриха Обриста в рамках Манчестерского фестиваля, когда 20 художников представили свои перформансы, которые были продемонстрированы со сцены театра, а зрители наблюдали за действом в зале, — свидетельство того, что работа куратора в художественных практиках во второй половине XX века необязательно подразумевает традиционное институциональное курирование. Кураторы вслед за искусством становятся все чаще независимыми, а их проекты поливалентными и междисциплинарными.

Ретроспектива Андрея Бартенева «Скажи, я тебя люблю». Московский музей современного искусства. 30 сентября – 22 ноября 2015. Кураторы: Василий Церетелли, Ольга Свиблова

Ретроспективная выставка Андрея Бартенева охватывала все периоды творчества художника, который за 25 лет деятельности создал колоссальное количество работ. Куратор Ольга Свиблова, хорошо знакомая с творчеством художника и имеющая большой

опыт проведения подобных выставок, помогла художнику выбрать произведения для выставки, классифицировать их на периоды. Она же выступила и одним из идеологов выставки вместе с Василием Церетелли, настояв на ее проведении в преддверии 50-летия художника. Несмотря на то что данная выставка была посвящена полностью одному художнику, кураторское участие было необходимо, чтобы выстроить материал в рамках экспозиции, провести масштабную организационную работу.

В первом зале были представлены три работы художника, созданные в разные периоды, каждая из них иллюстрировала один из принципов, в соответствии с которым было организованно выставочное пространство. Вращатель «Я из другого мира и здесь пролетаю мимо» указывало на объединяющий элемент выставки — движение. Вращающиеся, мерцающие, звучащие работы Андрея Бартенева представляли пространство выставки в единый механизм под управлением художника. Экспозиционное решение выставки было подсказано диалектической составляющей творчества Андрея Бартенева. С помощью белого и изумрудного цветов пространство особняка XIX века на Гоголевском бульваре было разделено на две условные части — Север и Юг: противостояние холода и тепла. Маркером этого экспозиционного принципа стала скульптура 2004 года «Север-Юг», портрет двух противоположностей, объединенных в одно целое.

Выставка была разделена на две части, представляющие два периода в творчестве Андрея Бартенева. Левое крыло музея (залы 2—6) было посвящено 90-м годам — эпохе становления современного искусства в России и расцвету художника — непосредственного участника этого процесса. Огромное количество произведений того времени, созданные из папье-маше, бумаги и разнообразных подручных элементов, были отреставрированы и обрели новую жизнь в рамках выставки. Для этой работы

Андрей Бартенев обратился к помощи волонтеров, дав объявление на своей странице в социальной сети Facebook. На объявление откликнулось около 200 человек, из которых в итоге осталось порядка двадцати. Андрей лично встречался с волонтерами, узнавал, какую помощь они могут оказать, и давал задания. На реставрацию ушло несколько месяцев. Правое крыло музея (залы 7—12) было отведено под крупные инсталляции и кинетические скульптуры 2000-х, каждой из которых был отведен целый зал.

Помимо масштабных инсталяций и кинетических скульптур выставка включала графические работы и коллажи, бумажные проекты, видеоархив с документацией более 50 перформансов художника, светодиодные скульптуры, звуковую скульптуру. Многие из важнейших работ художника создавались как временные и прожили совсем недолго — им был посвящен отдельный зал. Специально к выставке Андрей Бартенев восстановил работу «The SunPool» (2009), а также инсталляцию «Люби меня». Отдельный зал занимала новая скульптура «Облепиха» из стали и сотен керамических шаров, созданная специально для выставки в Музее.

Архитектура выставки была создана архитекторами из бюро Form. К выставке была приурочена публикация первого масштабного издания, посвященного творчеству художника. В книгу вошли ранее не печатавшиеся части фотоархива Андрея Бартенева, а также многочисленные публикации о нем из различных изданий — от американской газеты The New York Times до российских журналов «Птюч» и «Ом» — и другие архивные материалы. Для издания новые тексты о художнике написали художественный критик Сергей Хачатуров и культуролог Алексей Масляев. Специальный проект выставки «Андрей Бартенев. Фабрика» был отведен влиянию художника на поколение молодых российских авторов под кураторством одной из учениц Бартенева Саши Фроловой.

Литература

1. Мизиано В. Пять лекций о кураторстве. М.: AD MARGINEM, 2015. 256 с.

2. О'Нил П. Культура кураторства и кураторство культур(ы). М.: AD MARGINEM, 2015. 272 с.

3. Обрист Х. У. Краткая история кураторства. М.: ООО «Ад Маргинем Пресс», 2012. 256 с.

4. Смит Т. Осмысляя современное кураторство. М.: AD MARGINEM, 2015. 272 с.

5. Хангельдиева И. Г., Чаган Н. Г., Карцева Е. А., Катина Е. П. Арт 2 В & В 2 Арт, или О том, что такое арт-рынок и как он работает. М.: Русскій Міръ: Жизнь и мысль, 2016. 304 с.: ил.

ГЛАВА 5
ВЫСТАВКИ В МУЗЕЯХ

Виды музейных выставок. Понятие экспозиции. Компетенции и специфика деятельности музейного куратора. Феномен музеев современного искусства. Современный музей и вызовы, с которыми он сталкивается. Музейный менеджмент. Современные тенденции музейных выставок: временные выставки, новые технологии в музейных выставках, современное искусство в классическом музее.

Музеи обладают особым статусом в художественном мире. Истоки этого восходят еще к XVIII—XIX столетиям — векам утверждения музея как храма искусства. Тогда, чтобы стать частью музейной экспозиции, произведения должны были пройти строгий отбор временем, и, попав в музей, обретали сакральный статус «образца». И хотя понимание и роль музея с тех пор претерпели существенные изменения, по сей день музеи сохраняют репутацию безусловных авторитетов. Считается, что в музее могут быть представлены лишь выдающиеся произведения выдающихся авторов. Неслучайно, «музейность» художника является одним из наиболее неоспоримых факторов его инвестиционной привлекательности. Коллекции музеев, являющиеся частью музейного фонда, имеют особый юридический статус, представляют собой национальное достояние, поэтому охраняются государством, в том числе во время войн и других социальных катаклизмов. Музеи являются высшей инстанцией определения художественного качества, что закономерно распространяется и на выставки, проходящие в их стенах, ведь выставки — это один из основных видов музейной работы, вершина всего, что происходит в музее.

Музейные выставки подчас являются эталоном, которому галереи и другие выставочные пространства стремятся подражать. Неслучайно сегодня для многих поход в музей и поход в галерею стал максимально приближенным друг к другу опытом. Также именно по причине большого доверия к музею со стороны общества многие учреждения стремятся именоваться «музеями». Едва ли ни каждый месяц можно наблюдать открытие очередного «музея». Российские законы не воспрещают использовать слово «музей» в названии. Однако *пункт 54 ФЗ от 26.05.1996 № 54-ФЗ (ред. 03.07.2016 г.) «О Музейном фонде Российской Федерации и музеях в Российской Федерации»* поясняет, что музеем является только некоммерческое учреждение культуры, созданное собственником для хранения, изучения и публичного представления музейных предметов и музейных коллекций, то есть хранящее музейный фонд — совокупность постоянно находящихся на территории РФ музейных предметов и музейных коллекций, гражданский оборот которых допускается только с соблюдением ограничений, установленных настоящим Федеральным законом.

Музеи — это прежде всего *научные учреждения*, главным содержанием работы сотрудников которых является комплектование фондов музея произведениями, обладающими высоким культурным значением, их последующие хранение и консервация, научно-исследовательская деятельность и ее результаты — атрибуции, каталоги, доклады на конференциях и, собственно, выставки, кураторами которых обычно выступают научные сотрудники музея, искусствоведы, специалисты по тому или иному направлению в искусстве.

По форме собственности музеи делятся на государственные, муниципальные, частные. Крупнейшей международной организацией определяющей нормативы и профессиональные стандарты музейной деятельности является *Международный совет музеев*

(International Council of Museums (ICOM)), основанный в 1946 году и включающий 35 000 музеев в 136 странах мира. Главные конкурсы, определяющие лучшие музейные проекты в России, — это *Интермузей, Меняющийся музей в меняющемся мире*. Кураторские проекты в области современного искусства также могут участвовать в конкурсе в области современного визуального искусства *Инновация*.

Виды музейных выставок

Художественные выставки в музеях подразделятся на:

- постоянную экспозицию — выставка, которая экспонируется длительный период времени, 5—10 и более лет и представляет общий облик музея;
- временные выставки, длящиеся от одного до нескольких месяцев;
- монографические выставки одного автора («Гелий Коржев», ГТГ, 2016);
- юбилейные выставки («Айвазовский к 200-летию со дня рождения», ГТГ, 2016);
- тематические выставки, на которых произведения отобраны по некоему сюжетному принципу («Игра в цирк. Образ цирка в русском искусстве XX—XXI веков», ММОМА, 2014);
- выставки одной картины (Аньоло Бронзино, «Портрет Андреа Дориа в образе Нептуна» ГМИИ им. Пушкина, 2013);
- отчетные выставки, подводящие итог проделанной работы, — реставрации, комплектования коллекции и т. д. («Новые поступления графики», ГТГ, 2013);
- фондовые выставки, то есть выставки экспонатов из запасников музея, редко показываемые публике (выставки программы «Третьяковская галерея открывает свои запасники»);

и так далее.

Виктор Мизиано в книге «5 лекций о кураторстве»[34], относит к основному виду музейных выставок историко-художественные выставки, то есть академические выставки, носящие сугубо исследовательский характер. Это *академические выставки-исследования, проводимые на территории музейной институции по ее инициативе и силами ее коллектива*. По его мнению, хотя они могут иметь и тематический акцент или апеллировать к актуальной проблематике, главная их задача в описании и представлении искусства прошлого.

Художественные выставки могут проходить:

- в художественных музеях (Государственная Третьяковская галерея, ГМИИ им. Пушкина, Государственный Русский музей, Государственный Эрмитаж и т.д.);
- в исторических музеях (Государственный исторический музей, Еврейский музей и центр толерантности и т.д.);
- в специализированных и тематических музеях (Всероссийский музей декоративно-прикладного и народного искусства, Центральный музей Великой Отечественной войны, Государственный центральный музей современной истории России и т.д.);
- в дворцах-музеях и музеях-усадьбах (Музей в Царицыно, Государственный музей-усадьба Архангельское и т.д.);
- в домах-музеях, квартирах-музеях (Музей-квартира А. М. Васнецова и т.д.);
- в технических музеях (Политехнический музей, Московский планетарий и т.д.);
- в музеях современного искусства, которые могут специализироваться как на искусстве начиная с модернизма (Московский музей современного искусства, Музей культуры «Гараж» и т.д.), так и на современном актуальном искусстве Contemporary Art (Государственный центр современного искусства и т.д.)

[34] Мизиано В. Пять лекций о кураторстве. Москва : ООО «Ад Маргинем Пресс», 2014. — 256 с.

▪ в музейных выставочных пространствах, не располагающие собственными фондами (МВО «Манеж» в Москве и ЦВЗ «Манеж» в Санкт-Петербурге и т.д.).

Понятие экспозиции

Выставки в музее — это экспонирование, изучение и интерпретация музейного собрания, а также демонстрация художественных произведений из других институций с целью ознакомления с ними общества, выстраивания новых углов зрения на имеющиеся в музее экспонаты. Важнейшими функциями музейных выставок являются *научно-исследовательская* и *эстетическо-воспитательная.*

Экспозиция (от лат. expositio — выставление напоказ, изложение) является центральным понятием деятельности музея и означает:

▪ размещение экспонатов в определенной системе — хронологической, типологической и т.д., также предполагает научное обоснование, систематическую классификацию, последовательность представления экспонатов, их доступность для обозрения и изучения, оптимальную защиту, освещение, соблюдение норм консервации;

▪ раскрытие, демонстрацию, показ, объяснение (средствами изображения) основного смысла, главной идеи произведений, выставки.

Задача экспозиционного решения выстроить из разрозненных предметов повествовательный рассказ, развивающийся по ходу прохождения выставки. Музейная экспозиция призвана не просто демонстрировать, но и объяснять материал, раскрывать основное содержание представленных произведений.

Понятие экспозиции, ее соответствие современности постоянно переосмысляются. Создание современных экспозиций требует новаторского подхода и нестандартных решений по созданию драматургии выставки, оформлению пространства, повышению коммуникационных качеств экспозиции.

Компетенции и специфика деятельности музейного куратора

Фигура куратора крайне связана с музеями как хранилищами большого количества произведений. В России, как и во многих других странах мира, сотрудники музея традиционно именовались *хранителями*. Слово куратор по отношению к организатору музейных выставок стало употребляться относительно недавно. В этом кроется особенность специфики работы музейного куратора — *хранить коллекцию*. Музейный куратор — это сотрудник, в первую очередь занимающийся коллекцией и уже потом формирующий выставки. Музейный куратор обычно является искусствоведом, специалистом по тому или иному периоду в искусстве, художнику или школе. Он занимается хранением, инвентаризацией и каталогизацией музейного собрания.

В компетенции музейного куратора также входят вопросы, связанные с приобретением новых произведений для коллекции музея. Формирование экспозиции — это не только работа с выставками, но и расширение музейной коллекции — важный и сложный аспект, требующий четкого осознания миссии и стратегии музея. Деятельность музея в первую очередь заключается в том, чтобы отбирать культурно значимые произведения, комплектовать фонды, которые в дальнейшем хранить и уже потом выставлять на выставках и издавать в каталогах. Издательская и образовательная деятельности также являются частью работы музейного куратора.

Сегодня большинство музеев часто не могут позволить себе работы не только художников прошлого, но даже отдельных современных авторов, в силу их высокой стоимости на арт-рынке. Зачастую музейным кураторам приходится выбирать между тем, что нужно приобрести, и тем, что их учреждение может себе позволить. В этом направлении их работа также заключается в коллаборации с художниками, коллекционерами, а также другими институциями, способными оказать поддержку музею. Существенная составляющая поступлений в музейную коллекцию — это дары. Включение в коллекцию музея должно корреспондироваться с общей концепцией коллекции музея, с тем, как то или иное произведение может дополнить или обогатить собрание.

В нашей стране с 1990-х годов Министерством культуры РФ прекратились системные закупки искусства в музеи и получилось так, что частные коллекции зачастую обладают более знаковыми работами, нежели государственные собрания и музейный фонд. Сюда можно отнести коллекцию Владимира и Екатерины Семенихиных, Шалвы Бреуса, Стеллы Кесаевой. В результате, например, Третьяковская галерея обращается к частным коллекционерам с просьбой долгосрочного экспонирования произведений, которые не может себе позволить приобрести. Кроме того, в советское время неофициальное искусство также не закупалось, в результате крупнейшими частными собраниями, поступившими в фонды ГТГ, являются коллекция Костаки, избранные работы из которой с середины 1980-х годов присутствуют в постоянной экспозиции музея, а также регулярно экспонируются на выставках в крупнейших музеях мира, и коллекция Талочкина, часть которой была передана в 2014 году Татьяной Вендельштейн, вдовой коллекционера Леонида Талочкина, а часть приобретена Министерством культуры РФ. С включением этого со-

брания в коллекции современного искусства появились многие недостающие ранее имена и целые направления. В связи с этим современные музеи пытаются учесть ошибки прошлого и не допустить отсутствия в своих собраниях знаковых для нашего времени художественных течений. Все закупки государственными музеями также согласовываются с Министерством культуры РФ.

Время от времени научные сотрудники музея также организовывают выставки, которые находятся в сфере их профессиональной компетенции. Обычно это юбилейные, приуроченные к некой важной в их предмете исследования дате или событию, а также отчетные выставки, связанные с новыми поступлениями в коллекцию музея. В вопросы музейного куратора в работе над выставкой входит разработка идеи и содержания выставки, формирование состава экспонатов, создание специфической экспозиционной драматургии, последовательности экспонатов в экспозиции; разработка архитектурного решения, аранжировка цветосветовой среды; организация обеспечения сохранности экспонатов, формирование бюджета и составление отчетов о проделанной работе.

В отличие от «независимых» кураторов, то есть перемещающихся с площадки на площадку, музейный куратор находится в штате музея, подчиняется директору музея и как следствие имеет меньшую свободу творчества. Музейный куратор при организации выставок должен действовать в рамках бюджета, отчитываться перед руководством музея, Министерством культуры и другими вышестоящими органами, строго формулировать выставку в рамках традиций и принципов, установленных музеем. Музейные выставки, как правило, в глазах публики отождествляются с музеем, а не с конкретным куратором, их организовывавшим. Но в отличие от независимого куратора работа музейного сотрудника отличается большей стабильностью и в его

распоряжении есть материальные ресурсы, инструменты влияния и контакты стоящей над ним институции — музея.

Тем не менее применительно к научным сотрудникам музея все чаще употребляется слово куратор, а не хранитель, потому что в условиях отхода от традиционного понимания музея как храма искусства к музею как к месту эксперимента все большее значение отводится различным авторским подходам и позициям, творческим концепциям построения экспозиции и создания музейных выставок. В ходе выставок музейный куратор не просто отбирает произведения, которые будут показаны, но и продумывает по какому принципу их сопоставить друг с другом, в каком порядке разместить, какие между ними показать взаимосвязи и какую мысль донести. Музеи из хранилищ искусства превращаются в большей степени в выставочные пространства, в которых современные музейные кураторы стремятся формировать новые углы зрения на существующие произведения в коллекции музея, проводить новые неожиданные линии интерпретации, выстраивать диалог с современностью, создавать от выставки к выставке специфическую экспозиционную драматургию, искать оригинальные художественно-пространственные решения.

Кураторы музейных выставок могут быть не только штатными сотрудниками, но и приглашенными. Внештатным куратором на музейных выставках может выступать коллекционер или представитель художественного фонда, если ими предоставляется значительная часть произведений к выставке, а также независимый куратор или куратор из другой институции, если это может обогатить выставку или стать ценным опытом для сотрудников музея. В России кураторство имеет меньшую историю, чем на Западе, и меньшее количество специалистов, поэтому привлечение западных кураторов для обмена опытом, развитие кураторских компетенций сотрудников входит в планы многих отечественных музейных директоров.

Современный музей и вызовы, с которыми он сталкивается

Музей сегодня — это сложное и многогранное явление, подразумевающее сочетание различных концептуальных подходов: традиционного общественного ожидания к музею как храму искусства, выработавшегося в XX веке восприятия музея, как экспериментальной площадки, активного участника художественного процесса и современных общественных ожиданий к музею как культурному центру, где приятно проводить досуг. Музей в XXI веке столкнулся с вызовом сохранения своей локальной специфики и необходимостью включенности в глобальные процессы, задачей быть коммерчески успешным, но при этом делать качественные выставки, балансировать между образовательной и развлекательной функцией.

Если в начале своего пути музеи были ориентированы на достаточно узкую аудиторию — неважно, была ли это аристократия, буржуазия или, как в XX веке, профессиональное сообщество — сегодня аудитория музея максимально диверсифицировалась, став при этом разнообразнее и сложнее. Расширение и удержание аудитории является на сегодняшний день одной из приоритетных задач музейных выставок. Публика в свою очередь ожидает от музеев выставок-блокбастеров.

В борьбе за посетителя к концу XX века ведущие мировые музеи превратились в настоящие маркетинговые машины, ориентированные на извлечение прибыли. Последствием глобализации стала *стратегия Музея Гуггенхайма* по созданию сети институций-спутников по всему миру (Гуггенхайм Бильбао, Гуггенхайм Абу-Даби). Бренд Гуггенхайма формирует известность, привлекая спонсоров и туристов. К строительству музеев сегодня все чаще привлекаются известные архитекторы, правитель-

ства городов выделяют значительные средства на возведение музеев. В России также в планах амбициозные проекты строительства нового здания Государственного центра современного искусства (ГЦСИ) на Ходынском поле, музейного квартала Государственной Третьяковской Галереи в Лаврушинском переулке, музейного городка Государственного Музея Изобразительных Искусств им. Пушкина на Волхонке. Но как показывает практика далеко не всегда такая стратегия является беспроигрышной, нередко с позиций искусства выигрывают небольшие музеи имеющие свою аудиторию, атмосферу, уникальность, что отличает их от безликих и одинаковых развлекательных центров.

Существует альтернативное мнение, что в начале XXI века эра масштабных музейных проектов в области изобразительного искусства подходит к своему концу. Причиной этому являются и без того обширное предложение — большинство арт-столиц мира уже имеет такие музеи и в новых не нуждается, не стоит забывать и о ценах на произведения искусства современных художников, которые часто музеям не по карману. Зачатки нового витка зарождаются в относительно небольших частных коллекциях, чаще всего и названных по имени своего владельца. Такие частные музеи начинают играть все большую роль в жизни своего города, в них проводятся образовательные программы, там помогают молодым художникам, открывают публике индивидуально подобранные коллекции. Даже когда коллекция не принадлежит очень богатому человеку и не может привлечь туристов громкими именами, сама атмосфера располагает к ощущению большей близости к искусству. Индивидуальный «кураторский» подход коллекционера к подбору своего собрания здесь является весомым аргументом в пользу таких мини-музеев. Среди зарубежных частных музеев можно упомянуть The Punta della Dogana Франсуа Пино в Венеции, Коллекция семьи Рубель

(The Rubell Family Collection) в Майями, the Los Angeles County Museum of Art на западном побережье США, Музей Карлоса Слима в Мексике и Музей Дэвида Уолша в Австралии. В России — это Музей современного искусства «Гараж» Романа Абрамовича и Даши Жуковой, Институт русского реалистического искусства Алексея Ананьева, Музей русского импрессионизма Бориса Минца. Именно музей «Гараж» в Москве задал планку, к которой стали стремиться все остальные, в том числе государственные музеи.

В сложившейся социокультурной ситуации музеи все больше зависят от финансирования. Музеи, производящие культурный продукт, не являются в действительности коммерческими предприятиями и часто не владеют достаточными навыками менеджмента и маркетинговых коммуникаций, поэтому во многом проигрывают другим учреждениям сферы услуг. Как результат — вымещение менеджерами с управляющих позиций опытных искусствоведов. Создание выставки в музее включает в себя как разработку концепции, так и планирование, составление бюджета, оформление, проведение выставки, поэтому сегодня также распространена позиция «менеджер проекта выставки» для координации полного цикла организации выставки.

Музейный менеджмент

Структура управления музеями включает в себя различные департаменты, подчиняющиеся директору музея, например: департамент выставок, департамент маркетинга и связей с общественностью, департамент зарубежных связей, департамент информационных технологий, департамент репродукционно-издательской деятельности и так далее, департамент научной работы, отделы по направлениям коллекции музея (искусство

XX века, декоративно-прикладное искусство в классических музеях или отдел современного искусства, дизайна, медиаискусства и т. д. в музеях современного искусства).

Эффективность музейного менеджмента определяется в государственных музеях в основном посещаемостью. Хотя все чаще специалисты в области музейного дела призывают к тому, что посещаемость не есть самый объективный фактор оценки эффективности музея. Алексей Лебедев, специалист в области музейного проектирования, обращает внимание, что экономическую эффективность музея необходимо рассчитывать не по его кассе, а по доходам города, в котором находится музей, используя мультипликативный подход, включающий информацию о количестве туристов, структуре расходов, наиболее посещаемых ими местах, данные роста инвестиций в город (повышение инвестиционной привлекательности территории), прироста трудоспособного населения (повышение качества жизни) и так далее. Негосударственные музеи, как показывает опыт, более свободны от статистики посещаемости и более ориентированы на качество аудитории. В целом запросы публики у нас традиционно учитываются в меньшей степени, чем, например, в американских музеях, хотя, чтобы оставаться конкурентными, современные российские музеи, в том числе государственные, отходят от этой практики и делают выставки все более ориентированными на зрителя.

> Американская модель финансирования музеев основана на поддержке культуры бизнесом. Государство переложило ответственность за содержание музеев на частный сектор, который вправе выбирать, на что пойдут уплаченные им налоги. Финансовую основу американских музеев составляют целевой капитал некоммерческой организации (endowment,

эндаумент) — сформированная за счет пожертвований часть имущества, переданная в доверительное управление, как долговременный источник финансирования, разовые добровольные пожертвования и заработанные средства, такие как доходы от билетов и мерчандайзинга. Американские музеи финансируются общественностью, что также влияет на характер выставок, американские музеи вынуждены больше прислушиваться к запросам своей аудитории. Многие музеи в США изначально были созданы частными лицами таким образом, чтобы в будущем привлечь еще более широкую поддержку. Например, Американский музей современного искусства MoMA был основан тремя женщинами Эбби Альдрих Рокфеллер, Лилли П. Блисс и Мари Куин Саливан, также известных как «смелые дамы». Большую часть денег изначально внесла семья Рокфеллеров, что привлекло большое внимание и интерес к музею в момент его основания. По сей день земля, на которой музей расположен, по-прежнему принадлежит Рокфеллерам, они же являются наиболее значимыми донорами музея. Но в названии музея эта фамилия не фигурирует, чтобы не отпугнуть других благотворителей и филантропов, чтобы каждый, привнесший свой вклад, чувствовал себя частично владельцем музея. Сегодня MoMA имеет репутацию одной из богатейших мировых музейных институций.

В России государственным музеям выделяются субсидии, но они не покрывают всех расходов и имеют тенденцию сокращаться. В Третьяковской галерее процент финансовой помощи от государства составляет порядка 60%. Остальное музей должен зарабатывать сам или привлекать спонсоров. Объемы заработанных самостоятельно средств в отечественных государственных музеях ниже, чем у их международных коллег. Многие регио-

нальные музеи в России, нередко благодаря заслуге их кураторов, обладают весьма интересными экспонатами, но не могут обеспечить хорошей инфраструктуры для проведения качественных выставок. Уровень менеджмента российских музеев, умение выстраивать отношения со своей аудиторией уступают западным не только в региональных, но и в центральных музеях. Например, если за рубежом выставки русского авангарда пользуются большим спросом, то залы постоянной экспозиции Третьяковской галереи на Крымском Валу практически всегда пустые. Обладая уникальными коллекциями импрессионистов, московский ГМИИ им. Пушкина также не может обеспечить того спроса на искусство, которое есть в западных музеях. Одной из целей ФЦП «Культура России (2012—2018 годы)» является «создание условий для повышения качества и разнообразия услуг, предоставляемых в сфере культуры и искусства». В настоящий момент происходит перестройка с понимания музея как учреждения, нуждающегося в ресурсах для своего существования, к пониманию музея в качестве ресурса, способного зарабатывать деньги.

Однако менеджерам часто не хватает уникального видения, которым обладают профессиональные искусствоведы и кураторы. Опасными тенденциями в этой связи является следование за потребителем, компромисс на показ таких произведений и таких выставок, которые будут работать на посещаемость, а не на интеллектуально-образовательную составляющую музея.

Задачей музейных кураторов и арт-менеджеров в сложившихся условиях является задержать зрителя на территории культуры, предоставив ему комфортные условия и интригующие возможности для более глубокого погружения в мир искусства. Образовательная функция музея по-прежнему лежит в основе его успешности в борьбе за посетителя, когда музей в состоянии взрастить свою лояльную аудиторию.

Музейный продукт — это комплекс всех услуг, представляемых обществу музеем. Выставки являются существенной их частью, одним из главных инструментов позиционирования музея, его диалога с целевой аудиторией, которая сегодня становится все более искушенной, требовательной и разнообразной. Но музею необходимо не просто делать то, что хотелось бы аудитории, а вести ее за собой, создавая новые продукты, в их числе образовательные программы, новые формы взаимодействия посетителя и музея, что также входит в задачи музейных менеджеров и кураторов. Несмотря на то что музеи сегодня просто обязаны предоставлять своим посетителям комфортные условия пребывания, начиная от парковки, заканчивая кафе и сувенирным магазином, что является задачей музейного менеджмента, основополагающим в музейной деятельности все же должно оставаться искусство — прерогатива работы музейных хранителей и кураторов.

Подытоживая, можно сказать, что в середине XX века удивлять публику выставками было легче и проще, чем искушенного зрителя начала XXI, в то же время экспериментов в музеях стало меньше, они оказались вымещены бизнес-проектами. Многие мечты кураторов середины века создать открытые пространства, включающие разнообразные виды деятельности — лекции, мастер-классы, концерты, дискуссии и театральные постановки, прочно укрепились в большинстве современных музеев. Музеи понимают, что им необходимо формировать и подготавливать свою аудиторию, поэтому активно инициируют дискуссии и образовательные программы. Но все труднее поддерживать дух экспериментальности, открытости, непредсказуемости. Кроме того, произведения искусства в XX веке стоили меньше, и особых проблем достать их у кураторов для выставки не было, сегодня же эти процессы оказались сопряжены с многочисленными трудностями. Музеи как бизнес-проекты стали более консервативны,

коммерчески выверены, а их выставки как бы «залакированы». Персональные выставки чередуются с групповыми и тематическими, но проводимые по стандартным канонам. Современный музей часто занимается подтверждением своего статуса и привлечением посетителей, нежели работой с художниками и публикой, стремится быть местом проведения досуга широких слоев населения, а не местом, где формируется и взращивается лояльная музею аудитория, уровень образованности которой растет от выставки к выставке. Перед музеями стоит сложная задача — проводить смелые выставки, двигающие музей вперед и способные оказать влияние на художественное сообщество, но создавать для них правильный контекст, чтобы не вызывать конфликтов и придерживаться выставочной стратегии музея и чтобы эти выставки были экономически оправданы, приносили музею доход. В задачи музейного куратора входит создание эффектных, интересных, ориентированных на зрителя, но и образовывающих его, посещаемых выставочных проектов. Посетителю музея уже недостаточно пассивного информационно-культурного досуга, ему нужен опыт, который он сможет пережить. Это влияет на концепции организации выставочного пространства, на специфику образовательных и интерактивных программ в рамках выставки.

Вопросы

1. В чем специфика работы музейного куратора и что входит в его компетенции?
2. Почему музейных сотрудников стали чаще именовать не хранителями, а кураторами?
3. В чем заключается американская модель финансирования музеев?
4. Какими законодательными актами регулируется деятельность музеев в РФ?
5. Перечислите основные виды музейных выставок.
6. В каких музеях могут проходить художественные выставки?
7. Что такое экспозиция?
8. Перечислите вызовы, с которыми сталкивается современный музей.

Литература

1. Управление музеем. Практическое руководство. По ред. Патрика Дж. Бойлана — ИКОМ, 2004. 230 с.

2. ФЗ О музейном фонде Российской Федерации и музеях в Российской Федерации.

3. Концепция развития Третьяковской галереи. 2016

4. Методические рекомендации по повышению эффективности создания автономных учреждений культуры в субъектах Российской Федерации. Министерство культуры Российской Федерации. Москва, 2009.

5. Шляхтина Л. М., Фокин С. В. Основы музейного дела. СПб., 2000.

6. Теория и практика музейного дела в России на рубеже XX—XXI веков / Сост. Н. М. Полунина М., 2001. (Тр. / ГИМ. Вып. 127).

Дополнительные текстовые материалы

Выставочная программа ГТГ 2016 г.[35]

При планировании наших выставок мы собираемся использовать современные подходы к экспонированию, изучению и интерпретации коллекции.

Мы будем знакомить профессиональное сообщество и наших зрителей с новыми концепциями и интерпретациями как творчества отдельных мастеров, так и художественных процессов в целом. В ходе крупных ретроспективных выставок мы пересмотрим устоявшиеся представления и предложим новые убедительные и вдохновляющие интерпретации, основанные на результатах глубоких исследований и открытых интеллектуальных дискуссий. Публике дадут понять, что исследователи стремятся поделиться с ней своими идеями и получить отклик.

В частности, мы по-новому представим советское искусство и подвергнем критическому рассмотрению стереотипы, в том числе представляющие официальное искусство и авангард как диаметрально противоположные явления. Мы относимся ко всем предложениям без предубеждений и готовы пересмотреть наше восприятие различных произведений и направлений. Таким образом, мы формируем непредвзятую и научно обоснованную позицию Третьяковской галереи, что обеспечит уважение, доверие и поддержку со стороны обычных посетителей и специалистов.

Мы проанализируем состав всей коллекции и программу проведенных выставок, с тем чтобы определить, какие области уже были затронуты предыдущими выставками и какие темы могут лечь в основу новых экспозиций.

[35] Из документа концепции развития Третьяковской галереи 2016.

Мы будем вносить продуманные изменения в нашу постоянную экспозицию таким образом, чтобы создать ротацию произведений или предусмотреть иную подачу, способствуя появлению новых интерпретаций. Чтобы оживить традиционную экспозицию, необходимо особое умение, однако подобные творческие усилия в равной степени благотворны для кураторов, исследователей, сотрудников образовательных отделов, хранителей и широкой публики.

Мы найдем рядом с существующими площадками постоянных экспозиций небольшие пространства, где можно было бы рассказывать о культурно-историческом контексте экспозиции, что должно способствовать более глубокой и многогранной ее интерпретации.

Мы рассмотрим различные по масштабу и формату варианты проведения выставок, от грандиозных проектов, посвященных знаменитым художникам, до экспозиций меньшего размера, презентаций, рассказывающих о хранении и реставрации произведений искусства, а также до выставок, на которых сопоставляются отдельные произведения. При этом выбор масштаба и формата выставок будет опираться на результаты тщательного исследования их предмета и тематики; последние должны будут отвечать критериям динамичности и актуальности и способствовать достижению наших целей по вовлечению посетителей.

Мы рассмотрим возможность экспонирования произведений из нашей коллекции (в первую очередь работ под стеклом или скульптур — все выставляемые произведения будут надежно защищены) во вновь созданных общественных пространствах Галереи, а также между зданиями Галереи; так произведения искусства станут элементом общественного пространства. При этом будут соблюдаться требования к хранению конкретных объектов.

Пополнение коллекции ГТГ[36]

На протяжении десятилетий, как бы ни менялся фокус коллекционирования, важнейшим оставался один критерий: художественная ценность. Это ключевой принцип, который и в дальнейшем будет лежать в основе нашей политики пополнения фондов. При расширении коллекции перед Третьяковской галереей стоят дополнительные задачи:

отражать историческое и современное значение русского изобразительного искусства и пропагандировать его среди широкой аудитории как внутри страны, так и за ее пределами. Например, это касается собрания икон XVII–XX веков, которые ранее считались не имеющими художественной ценности, и неофициального искусства второй половины XX века, которое не признавалось и не собиралось Галереей в период его создания;

укреплять репутацию Галереи на международной арене: она должна восприниматься как живой, истинно национальный музей с динамичной коллекцией, как главный центр информации о русском искусстве. Когда Третьяковская галерея делает значительное приобретение, это должно вызывать международный резонанс;

активно способствовать развитию современного русского изобразительного искусства, поддерживая российских художников, пропагандируя их творчество; представлять, документировать, исследовать и обсуждать современное российское искусство. Оказывать поддержку современным художникам — значит соответствовать основополагающим принципам, заложенным Павлом Третьяковым, который активно поддерживал современное ему изобразительное искусство России, покупая работы у самих художников. При этом такие приобретения должны быть максимально продуманными: необходимо сосредоточить внимание

[36] Из документа концепции развития Третьяковской галереи 2016.

на тех современных мастерах, которые уже успели доказать высокое качество и значение своего творчества.

Тетрис, Пакмен, Боинг-747 в коллекции MoMA

Большой резонанс среди художественного сообщества в 2012 году вызвало включение куратором отдела дизайна и архитектуры MoMA Паолой Антонэлли в коллекцию музея 14 видеоигр, в том числе таких, как Tetris и Pac-man, которые положили начало новому направлению коллекции музея. Многим казалось, что компьютерные игры не являются искусством и им не место в музее, более того сам программный код (а именно он был приобретен музеем) не может быть произведением искусства. И все же данные игры выставлены в отделе прикладного дизайна музея. Паола Антонэлли считает, что дизайн не стоит путать с искусством, дизайнеры представленные в MoMA — не художники, а именно выдающиеся дизайнеры. При отборе, какие именно игры приобрести в коллекцию, кураторы работали совместно с дизайнерами видеоигр и учеными, опираясь на 4 критерия: поведение, пространство, эстетика и время. Игры, в которых много насилия, не были включены в коллекцию. Куратор пояснила это следующим образом: «Если предмет расположен в коллекции отдела дизайна, то он являет собой то, что являет. Так, если размещение автомата в отделе искусства может быть расценено как критика насилия, то в отделе дизайна автомат — это буквально оружие убийства». Антонэлли также известна тем, что приобрела в коллекцию MoMA Боинг-747, который, находясь в коллекции музея, продолжает совершать полеты, а также приобретение значка @, который, являясь частью музейного собрания, продолжает находиться в общественном достоянии.

ГЛАВА 6
СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ МУЗЕЙНЫХ ВЫСТАВОК

Временные выставки. Новые технологии в музейных выставках. Современное искусство в классическом музее.

Временные выставки

Современные музеи славятся в первую очередь не своей коллекцией, а кураторскими стратегиями относительно этой коллекции. То, как часто в музее проводятся знаковые посещаемые выставки, а не то, что пылится в запасниках, вот что становится все более важным. Сегодня предпочтения все чаще отдается именно проведению временных выставок, когда произведения извлекаются из хранилищ и запасников, обмениваются с другими музеями, циркулируя в рамках разнообразных контекстов, формируемых куратором. Временные выставки являются наиболее яркими информационными поводами, способами привлечь к музею большую аудиторию. Как правило, именно они фигурируют в качестве блокбастеров, бьющих рекорды посещаемости. Для зрителя всегда считалось более правильным в крупных музеях смотреть не полностью всю коллекцию, а концентрироваться на отдельных экспонатах, залах или выставках. В условиях современного фрагментарного мышления и клипового сознания это приобрело новую актуальность. Отголоском же глобализации стали передвижные выставки, то есть перемещающиеся из музея в музей. Таким образом, выставочная политика музея и процесс подготовки выставок сегодня стали одними из ключевых моментов музейного менеджмента, который должен содействовать возможности создания ярких и интересных выставочных проектов.

Временные выставки — понятие условное и могут подразумевать как длящиеся несколько месяцев краткосрочные проекты, так и среднесрочные (от трех до шести месяцев) и долгосрочные выставки (от года до нескольких лет). При организации выставочных проектов существенные суммы необходимы для привоза экспонатов из других музеев, компенсационных платежей музеям за предоставление экспонатов или изображений, страхования произведений, издания каталогов, построения архитектуры выставки, оплаты работы сотрудников. Чтобы создать знаковую выставку, которая будет иметь успех, недостаточно собрать вместе шедевры, это должна быть выставка интересная по замыслу, с продуманной экспозицией, в которой прослеживается некая мысль, концепция. Для этого необходимы профессиональные кураторы. Максимально интересными сегодня считаются выставочные проекты, представляющие интересные кураторские интерпретации, по-новому открывающие творчество художников. Такие проекты вымещают традиционные академические выставки и ретроспективы.

Для проведения временных выставок директора музеев и кураторы все чаще вынуждены обращаются в другие музеи с просьбой выдать произведения на выставку. Безусловно, есть экспонаты, которые позволяют вывести из музея крайне неохотно. Это относится к мировым шедеврам. «Сикстинская мадонна» или «Черный квадрат» Малевича, к примеру, считаются практически невыездными. Как правило, музеи стараются договориться о встречном обмене произведениями. Когда обмена не происходит, музей выплачивает другому компенсационные платежи, которые должны покрыть убытки музея от отсутствия экспоната в его стенах, а также работу его сотрудников по подготовке и оформлению экспоната к вывозу, его реставрации, оплатить использование в печати изображений и так далее. Поэтому

компенсационные платежи могут составлять очень внушительные суммы. Другой весьма затратный аспект — это страхование работ. Страховые оценки сегодня достигают внушительных сумм в связи с тем, что многие работы расписаны на участие в разных выставках и для создания масштабной, например, ретроспективной выставки может требоваться до нескольких лет подготовки.

Временные выставки, как правило, имеют особое, отличное от основной экспозиции художественное оформление, которое может включать новаторские демонстрационные системы, специально разработанную архитектуру выставки. К временным выставкам обычно издаются специальные каталоги, сувенирная продукция, делаются отдельные промосайты. В рамках них проводятся специальные мероприятия и образовательные программы. Кроме того, временные выставки требуют отдельного менеджмента, регулирования правовых, страховых, логистических, маркетинговых вопросов, поэтому весьма дорогостоящи.

Многие специалисты считают смещение акцентов с деятельности музея как учреждения, хранящего и пополняющего свою коллекцию, в сторону институции, озадаченной в первую очередь проведением временных выставок и организацией разного рода событий, достаточно опасным явлением. Хотя больше всего внимания СМИ и публики привлекают именно временные выставки, они также являются и наиболее затратными и трудноокупаемыми проектами, отвлекающими музеи от вопросов долговременного формирования своей коллекции. Дело в том, что музей как место с постоянной экспозицией все больше теряет свою актуальность. Многие современные музеи вовсе не стремятся иметь постоянной экспозиции, отдавая предпочтение временным выставочным проектам.

Новые технологии в музейных выставках

Сегодня технологические новшества проникают в самые разные сферы деятельности, от профессиональной до досуговой, возможности интерактива используются повсеместно. Не являются исключением и музейные практики. Современный музей — это не просто набор экспонатов, но живое пространство, подразумевающее активное взаимодействие со зрителем. Закономерной чертой современного музейного менеджмента стало использование новых технологий, под которыми понимается целый спектр форм — это и QR-коды на стенах, экраны и мультитач-панели в залах, виртуальные экскурсии и мобильные приложения выставки, промосайты временных выставок и отцифрованные в высоком разрешении коллекции в сети Интернет, маячки микрогеолокации и очки виртуальной реальности, видеоинсталляции и интерактивные произведения. В 2013 году благотворительный фонд, принадлежащий мэру Нью-Йорка Майклу Блумбергу, выделил 15 млн долларов на развитие мобильных приложений для устройств, пояснив, что в эру цифровых технологий аудиогиды и брошюры вызывают, по меньшей мере, недоумение.

Можно разделить использование технологий в музейных выставках на:

- устройства, используемые для пояснения экспозиции;
- устройства, дающие информацию о том, что не представлено в экспозиции;
- технологические новшества, являющиеся органической частью представленных произведений.

Музеи вынуждены использовать технологии мультимедиа, чтобы поддерживать интерес своих посетителей, делать опыт пребывания в музее не только поучительным и образовательным,

но увлекательным, развлекательным, а также увеличивать эффект воздействия. Стремление идти в ногу со временем и внимание к своим гостям позитивно сказываются на лояльности посетителей к музею, использование новых носителей и каналов коммуникации совместно с возможностями точной статистики и таргентинга — на работе со спонсорами, а информационные поводы и прецеденты — на привлечении внимания СМИ и общественности.

Однако в сторону музеев все чаще можно услышать критику, что в силу чрезмерного увлечения мультимедийностью они становятся похожими на парки аттракционов. Новые технологии в музее должны пониматься не только как технологические новшества, отражающие современный технологический прогресс, но как способ взаимодействия посетителя с музеем, возможность давать публике почувствовать, что музей существует для нее и что она может участвовать в его жизни. Технологический прогресс сменил потребителя на создателя, современному человеку уже недостаточно пассивного восприятия информации, он хочет участвовать в процессе. Директор Центра медиатехнологий в Карлсруэ, Австрия, художник и куратор Питер Вайбель говорит о том, что из двух залов его музея публика охотнее идет в тот, где она вовлекается в творческий процесс. Но использование технологий на выставке должно быть оправданным, обогащать выставку, помогая погрузиться в контекст, стимулировать активность зрительного и смыслового восприятия. Музей должен продолжать оставаться местом для подлинников, а не растворяться в виртуальности. В отечественных музеях к технологиям часто относятся достаточно поверхностно, ставя задачу выслужиться перед начальством или освоить выделенный бюджет, поэтому они не всегда оказываются эффективными. В западных же музеях мультимедийные поверхности стремятся интегрировать в экспозицию, чтобы они были максимально незаметными.

Современное искусство в классическом музее

Классические музеи все чаще открывают специальные отделы и даже целые подразделения, посвященные современному искусству. Наиболее известным примером является деятельность Tate Modern, открытой при Британской галерее Тейт в 2000 году в помещении бывшей электростанции и на сегодняшний день сделавшей Тейт одним из самых посещаемых музеев мира или отдел современного искусства нью-йоркского Metropolitan. Не стал исключением и Лувр, где с 2007 года также показываются современное искусство и инсталляции.

В России с 2007 года существует проект Эрмитаж 20/21, выставочная деятельность в рамках которого ведется по пяти основным направлениям: персональные выставки признанных классиков современного искусства, групповые выставки молодых художников разных стран, архитектурные выставки, выставки фотографии, проект «Скульптура в Большом дворе Зимнего дворца». Всего было проведено более четырех десятков выставок. С приходом на пост директора московского ГМИИ им. Пушкина Марины Лошак современное искусство стало проникать и туда — проект Пушкинский XXI. Выставки современного искусства проходят в Новой Третьяковке на Крымском Валу.

Тенденция взаимодействия классического музея с современным искусством вызывает споры, далеко не все специалисты и посетители являются сторонниками того, чтобы современное искусство включалось в контекст классического музея, предполагая, что для современного искусства нужно создавать специальные институции. Тем не менее почти не осталось музеев в мире, которые сопротивлялись бы экспансии современного искусства. Эта выставочная стратегия очень популярна и встреча-

ется практически во всех крупных мировых музеях классического искусства, что в целом отражает постмодернистскую логику интертекстуальности, цитатности, оперирования культурными кодами и языками различных эпох. Открытие в классических музеях выставок или целых отделов современного искусства отражает стремление музея быть более доступным и интересным массовому и молодому посетителю. Классический музей построен на классификации разной информации, язык современного искусства по своей природе более экспериментален. Неудивительно, что классические музеи обращаются к современным тенденциям, чтобы быть интересными публике. Кроме того, в условиях нынешних цен на арт-рынке музеям имеет смысл делать выбор в пользу приобретения в коллекцию произведений современных авторов с устоявшейся репутацией, потому что многое из того, что музею было бы необходимо из искусства прошлого, он уже не может себе позволить. Коллекции многих музеев заканчиваются на 1970—1980-х годах, и их необходимо пополнять, чтобы вести музей вперед.

Выставки современного искусства в классических музеях могут подразумевать:

- выставки-интервенции, когда современное искусство врывается на территорию классического, показывая наших современников в классических залах;
- мирное сосуществование классики и современного искусства;
- размышления современных художников на тему классического искусства.

Аргументом в пользу таких выставок является также то, что они позволяют выстроить новые линии интерпретации, по-новому взглянуть на творчество художников прошлого. Куратору необходимо правильно выбрать тех, кто будет вести диалог

и что будет предметом этого диалога. Плюсом является также то, что такие выставки не требуют значительных финансовых вложений.

Если говорить о современном искусстве, то оно обращает внимание на самые разнообразные аспекты культурной и общественной жизни от политики до архитектуры. К примеру, в концепции развития Государственной Третьяковской галереи на 2012—2020 годы говорится, что «музей нового типа должен активно решать задачи показа изобразительного искусства в контексте других визуальных искусств (архитектура, фотография, дизайн), а также в сопоставлении с кинематографом, театром, музыкой. Таким образом, Третьяковская галерея должна представлять панораму развития всей отечественной культуры прошлого и настоящего, а также найти форму ее осмысления и актуального представления публике как части мирового художественного процесса».

Не только изобразительное искусство, но также театр, музыка, литература, массмедиа и многое другое находят сегодня отражение в кураторских проектах, поэтому художественные выставки сегодня можно встретить не только в музее изобразительного искусства, но и в любом другом.

Вопросы

1. Что такое временные выставки в музее и в чем специфика их организации?
2. Назовите основные подходы к использованию новых технологий в музейных выставках.
3. Какие бывают разновидности интеграции современного искусства в экспозицию классических музеев?

Литература:

Лебедев А. В. Информационные технологии в музейном деле // Основы музееведения: Учебное пособие. М., 2005. Музеи. Маркетинг. Менеджмент. М., 2001.

Дополнительные текстовые материалы

Выставка «Валентин Серов. К 150-летию со дня рождения». ГТГ

Куратор: О. Д. Атрошенко. Выставка стала самой посещаемой выставкой в современной России. В общем выставку посетило 485 000 посетителей. На выставке было показано 250 произведений Валентина Серова из 25 российских музеев, 4 иностранных музеев (Франции, Дании, Армении и Беларуси) и частных собраний. Последняя монографическая выставка Серова проходила в Москве в 1991 году. Выставка «Валентин Серов. К 150-летию со дня рождения» располагалась на трех этажах, заняв 19 залов.

Архитектура экспозиции специально была сделана максимально открытой, пронизанной светом, чтобы избежать замкнутых пространств и сделать выставку ориентированной на зрителя, мотивируя его подольше задерживаться у каждого произведения. Центральное пространство живописной части выставки было разделено диагональной осью, вдоль которой экспонировались все лучшие портреты художника. Динамика эволюции стиля Серова была отражена в самой экспозиции, которая начиналась с пленэрных полотен второй половины 1880-х годов, написанных по-своему, но в манере близкой импрессионистам, продолжалась в портретах модерна и декоративных портретах 1900-х годов, а завершалась произведениями 1911 года, в которых мастер приближается к выразительности экспрессионизма.

Выставка по-новому обращалась к наследию Серова. Несмотря на то что значительную часть произведений можно увидеть в постоянной экспозиции Третьяковской галереи, данная моновыставка привлекала внимание публики огромной исследова-

тельской и подготовительной работой. Экспозиция была разделена на две равнозначные части — живописную (около 100 работ) и графическую (около 150 работ), чтобы продемонстрировать, как одинаково мастерски Серов владел и тем и другим, но целенаправленно стремился их соединить. Масса вариантов пограничных техник, находящихся между живописью и графикой, стала важнейшей особенностью данной выставки. В экспозиции также были представлены театральный занавес, скульптурные композиции, архивные материалы — документы, письма, фотографии, в которых художник предстает как одна из авторитетнейших фигур общественной жизни своего времени. К выставке был выпущен фундаментальный каталог и приурочена культурно-образовательная программа, лекции («Серов: традиционализм в новатостве», «Серов — современный художник?», «Трудности интерпретации», «История и мифология в творчестве Серова») и концерты («Музыка эпохи Серова», «Современники Серова», «Посвящение Серову»), вход на которые был по билетам на выставку. Также была выпущена серия сувениров.

Выставка актуализировала творчество Серова для молодого зрителя. Было выпущено бесплатное мобильное приложение аудиогид «Модели Серова: кто изображен на портретах» для мобильных устройств, из которого посетители могли ознакомиться с людьми, изображенными на картинах, в ходе экскурсии прослушав рассказы о 70 портретируемых, о том, как Серов работал над каждой из картин и что связывало его с той или иной моделью. Можно было за меньшую, чем печатная версия, стоимость скачать электронный каталог выставки из приложения для планшетов «Книги Третьяковской галереи».

Была проведена успешная пиар-кампания в СМИ и социальных сетях. Увеличилась упоминаемость музея в прессе. За месяц перед открытием выставки был выпущен официальный видео-

тизер, в котором героиня одной из самых известных картин Серова «Девочка с персиками» оживает и рассказывает историю создания произведения. Ролик просмотрело более 250 тысяч человек. Выпуск официального тизера выставки — прием, которым активно пользуются многие западные музеи для анонсирования своих временных выставок, ГТГ применялся впервые. Помимо официального тизера было снято 4 фильма о Серове, его творчестве и биографии. Чтобы расширить пространство выставки и перевести часть проекта в онлайн, был создан отдельный промосайт, что с 2012 года применяется в ГТГ ко всем крупным выставкам. Директор и кураторы выставки дали в общей сложности более ста интервью различным средствам массовой информации.

В результате, чтобы увидеть юбилейную экспозицию произведений Валентина Серова, люди приезжали из многих регионов страны, а также из-за рубежа. В связи с большой популярностью выставка несколько раз продлевалась. Сначала с 17 на 24 января. Позже до 31 января 2016. Произведения, представленные на выставку западными музеями, были отправлены обратно в срок согласно международным договоренностям, а с русскими музеями, частными собраниями, а также страховыми и логистическими компаниями было достигнуто соглашения о продлении выставки. 30 января была проведена акция «Ночь Серова», когда кассы Третьяковской галереи на Крымском Валу работали до последнего посетителя. В пиковые дни посещаемость выставки доходила до 7 тыс. человек, что сделало ее самой посещаемой выставкой в российской новейшей истории. Входной билет на выставку стоил 400 рублей. Примерно половина всех проданных билетов была для пенсионеров, которые платят по 150 руб. Еще 100 тыс. человек — это люди, которые пришли по льготным билетам, еще 100 тыс. — те, кто пришел бесплатно. На выставку почти с самого начала выстраивались большие очереди. В новогодние празд-

ники очереди были коллосальными не только на вход, но также к кассам, гардеробу, в буфет и к картинам. Еще больший резонанс вызвала новость о том, что посетители, покупавшие заблаговременно электронные билеты, также не могли попасть внутрь и в результате устроили потасовку и выломали дверь в музей. То, что музей вынужден ограничивать пропускную способность из соображений безопасности как посетителей, так и произведений искусства, а также поддержания музейного климата особенно в условиях низких температур на улице, неоднократно анонсировалось руководством галереи, которое рекомендовало людям посещать выставку в конкретные часы, когда очереди минимальные. Директор галереи Зельфира Треуголова выступала как с официальным обращением, так и в своих соцсетях, где лично извинялась перед посетителями за большие очереди. Но продажа электронных билетов была приостановлена только после инциндента с дверью, что следовало сделать заблаговременно. С 24 января на улице около входа в музей спасателями МЧС были развернуты две полевые кухни, где посетители выставки могли попить горячего чаю, а также палатка, где ожидающие в очереди могли погреться от зимнего мороза. Происшествие с выломанной дверью стало поводом для большого количества шуток, обсуждений в Интернете и СМИ, что дало выставке еще большую огласку.

Применение технологии i-beacon в музее Рубенса

Маячки i-beacon представляют собой небольшой физический объект с передатчиком, который может автономно, при помощи батарейки работать до 3 лет. При помощи нового поколения Bluetooth Low Energy (BLE) данные маячки вступают в контакт с мобильными устройствами (смартфонами, планшетами), попа-

дающими в зону их покрытия. Открыв специальное мобильное приложение, владельцы устройств получают от маячков релевантную их конкретному местонахождению информацию (видео, аудио, текст и т.д.). В одном помещении можно размещать несколько маячков, каждый из которых будет посылать свою информацию, помогая владельцу гаджета ориентироваться и взаимодействовать с пространством. Практически это означает, что технология может быть заменой аудиогидов, гидов, экскурсоводов, продавцов-консультантов и так далее. В 2014 году Дом Музей Рубенса в Антверпене запустил мобильное приложение с микрогеолокацией при помощи технологии i-beacon. Бикоиы, расположенные во внутреннем дворе музея, рассказывали посетителям историю крыльца здания. При помощи своих мобильных устройств посетители могли увидеть его же на картине XVI века, фотографии начала XIX века, а также как оно выглядело до и после реставрации. Так как в музее многочисленные картины изображают жен и детей Рубенса, посетителям предлагалось при помощи их телефонов или планшетов поместить каждого члена семьи Рубенса на нужное место на схематическом генеалогическом древе. Вместо привычного осмотра картин посетители могли целенаправленно искать те или иные произведения, отвечая на определенные вопросы и, при приближении к правильному ответу, маячок посылал на их телефон или планшет подтверждение. Все маячки, размещенные в музее, формировали единую систему навигации по музею, по которой можно было строить тематические маршруты по экспозиции. Также при приближении к картинам можно было посмотреть изображение картины в рентгеновском излучении, ее отдельные детали и фрагменты, ответить на вопросы о картине.

«Ян Фабр: рыцарь отчаяния, воин красоты». Рыцарский зал Нового Эрмитажа. 21 октября 2016 – 9 апреля 2017. Куратор: Дмитрий Озерков

Резонансным случаем последнего времени стал скандал вокруг выставки «Ян Фабр: рыцарь отчаяния, воин красоты» в Рыцарском зале Нового Эрмитажа 21 октября 2016 — 9 апреля 2017 года. Выставка была подготовлена Отделом современного искусства Государственного Эрмитажа в рамках проекта «Эрмитаж 20/21». Фабр один из наиболее известных современных художников, который в своих произведениях поднимает вопросы жизни и смерти, природы жесткости, социальных метаморфоз. В Эрмитаже художник представил двести тридцать работ: графику, скульптуру, инсталляции, фильмы, которые расположились не только в новой Большой Анфиладе Генерального штаба, но также и в экспозиционном пространстве Зимнего дворца, Малого и Нового Эрмитажа. Современный бельгийский художник был показан в диалоге с фламандскими мастерами XVII века. В качестве материала своих работ художник использует панцири жуков, скелеты, рога, чучела животных. Последние стали поводом для критики и скандала в сети Интернет, в том числе и со стороны людей, которые не были на выставке. В социальных Сетях пошла кампания под хештегом #*позорэрмитажу*. Общество взяло на себя моральное право цензурировать выставку, обвиняя художника и руководство музея в живодерстве. Генеральный штаб музея уже привыкли ассоциировать с современным искусством, а вот увидеть современные инсталляции в залах с классическим искусством часть посетителей музея оказались не готовы.

В ответ Эрмитаж запустил ответную кампанию под хештегом #*кошкизафабра*, намекая на многолетнюю поддержку музеем бездомных животных.

Директор Михаил Пиотровский и куратор выставки Дмитрий Озерков дали серию интервью в различных СМИ, разъясняя кураторский замысел и его художественно-эстетическую обоснованность. Ян Фабр рассказывал журналистам о том, что собаки и кошки, которые появляются в его инсталляциях — это бездомные животные, погибшие на дорогах. Фабр пытается дать им новую жизнь в искусстве и, таким образом, победить смерть, а также обратить внимание публики на работы старых мастеров, мимо которых большинство проходит не задумываясь о том, что изображено.

ГЛАВА 7
ФЕНОМЕН МУЗЕЕВ СОВРЕМЕННОГО ИСКУССТВА

Американская модель музеев современного искусства. Европейское институциональное курирование второй половины XX века.

В России история возвращения в международное современное искусство на музейном уровне начинается после распада СССР. В 1991 году возобновляет свою деятельность Отдел новейших течений Русского музея. В 1992 году учреждается Государственный центр современного искусства. В 1999-м открывается Московский музей современного искусства. В 2001-м открывается Отдел новейших течений в Третьяковской галерее. С начала 2010-х в сторону современного искусства поворачиваются классические музеи и выставочные площадки — Эрмитаж, ГМИИ им. Пушкина, МВО «Манеж».

Говоря об институциональном курировании, необходимо отдельно рассмотреть феномен музеев современного искусства, так как фигура музейного куратора в современном понимании утвердилась именно там. А технологии и принципы организации выставок в музеях современного искусства все больше применяются в музеях классических.

Американская модель музеев современного искусства

Предвестники музеев современного искусства как гигантов индустрии зародились в США в конце 1930-х годов — *Амери-*

канский музей современного искусства, MoMA (1928), Музей Уитни (1931), Музей Гуггенхайма (1937). Европейская традиция, согласно которой лучшие художественные работы известных мастеров помещались в национальные музеи, была невозможна для США, в которых музеев, как и многовековой истории коллекционирования, не существовало. Само создание музея современного искусства задавало вопрос: как постоянная институция, представляющая наследие человеческой цивилизации, может существовать для современного искусства, которое воплощает в себе идеал постоянного движения вперед, а значит, изменчивости? Вместо того чтобы уклоняться от этого парадокса, американские музеи заключили в себе весь его противоречивый характер, обращаясь одновременно к истории модернизма и наследию, оставленному им в XXI веке. *Альфред Барр* (1902—1981) — первый директор Музея современного искусства в Нью-Йорке, стоит у истоков формирования профессии музейного куратора и концепции музея современного искусства в современном понимании. Барр одним из первых задался целью представлять современное искусство и скульптуру в контексте всего современного общества, диверсифицировав сферу его влияния. Он изначально запланировал 6 различных кураторских отделов MoMA: Живопись и Скульптура, Графика, Принты и Книжная Графика, Кино, Фотография, Архитектура и Дизайн. Еще будучи преподавателем первого в истории курса по искусству модерна «Традиции и бунт в живописи модерна» в Колледже Уэллсли в 1920-е годы, Барр наравне с живописью, значившейся в названии его курса, предлагал своему классу изучать и делать доклады по дизайну, архитектуре, фотографии, кинематографу, а вместо учебников читать журналы Vanity Fair, The New Yorker.

Европейское институциональное курирование второй половины XX века

В музеях современного искусства кураторы стали обращать внимание на самые разнообразные аспекты культурной и общественной жизни от политики до архитектуры. С 60-х годов то, что выставки делает куратор, то есть человек, нанятый специально для этого, становится обыденностью. Музейные кураторы взяли на себя ответственность за возведение моста между искусством и публикой, которым является выставка. Фигура куратора стала необходима для выявления содержательных моментов современного искусства и его взаимосвязей с другими культурными феноменами.

Европейские музеи современного искусства середины века — Городской музей Амстердама, Стеделейкмюсеум (1874), Кунстхалле в Берне (1918), Национальный центр искусства и культуры Жоржа Помпиду (1977), Музей Людвига в Кёльне (1977) — считались более экспериментальными и открытыми площадками, нежели американские музеи, зависящие от попечителей и критикуемые за буржуазность. Экспериментальность кураторских практик этих музеев во многом подразумевала междисциплинарность. Многие из этих музеев стали первыми площадками, где творческие люди самых разных профессий могли найти применение. Кураторы обращались к практикам авангарда, нередко разрабатывали музейные выставки в тесном сотрудничестве с художниками, а иногда и вовсе отдавали разделы или залы художникам, чтобы те создавали там, что считают нужным. Впоследствии, когда музеев стало больше, художники стали получать приглашения работать с разными институциями. Если в 60—70-х выбора у художников особенно не было, то к началу 90-х практически каждая европейская деревушка стала иметь

свой музей современного искусства. Возросшее количество институций в 80-е годы оказалось не тождественным увеличению количества действительно значимых выставочных пространств. 60—70-е годы можно назвать золотым веком институционального курирования. Государство и бизнес еще несильно обращали внимание на искусство, а перестройка взглядов, как художественных, так и мировоззренческих, открывала путь экспериментам. Выставки тех лет — это лаборатории, экспериментальные пространства, живые текучие субстанции, в создании которых активно участвовали не только сами кураторы, но и художники и даже зрители. Куратор сам выступал своего рода художником, творцом, экспериментатором и катализатором.

В Европе аналогом MoMA являлся Амстердамский городской *музей Стеделейк*, в котором директор *Вильгельм Сандберг* начиная с 1945 года институционализировал современное искусство в формат музея, проводил инновационные выставки, объединяющие изобразительное искусство, фотографию, танец, кино, музыку, также планировалось создать отдел кинематографа, но эту задумку удалось воплотить лишь в 1970-е в рамках отдела видео-арта. Стены залов музея выкрашивают в белый цвет, во многом он развивается по аналогии с американским MoMA. Сандберг открывает в музее ресторан, библиотеку, где зрители могли ознакомиться с теоретическими материалами, запускает детскую образовательную программу. Как и Барр, Сандберг один из первых начинает издавать выставочные каталоги, являвшиеся частью выставки.

Моду на возведение музеев, удивляющих своей архитектурой и дизайном, задал Центр Гуггенхайма, спиралевидное здание которого проектируется архитектором Фрэнком Ллойдом Райтом.

Вопросы

1. Чем европейские музеи современного искусства отличались от американских во второй половине XX века?
2. Кто такой Альфред Барр и в чем его вклад в современное понимание музея современного искусства?

Литература

Обрист Х.У. Краткая история кураторства [пер. с англ. А. Зайцева]. — М.: ООО «Ад Маргинем Пресс», 2012. — 256 с.

Дополнительные текстовые материалы

The American Shows MoMA. 1950-е гг.

Первый директор MoMA Альфред Барр вместе с куратором Дороти Миллер, которую впоследствии станут называть «Mama MoMA», в 1950-е провели 6 разных выставок американских художников (Джексона Поллока, Де Кунинга, Клифорда Стилла, Ротко и т.д.). Первоначально MoMA не хотел выставлять американских художников, уделяя внимание европейскому авангарду. Американские художники сами пришли к MoMA с плакатами «Обратите на нас внимание», «Мы тоже художники» и так далее. Их работы брались MoMA часто бесплатно, в счет проведения выставки, в результате Барр смог за небольшие суммы собрать крупнейшую коллекцию американского искусства. И хотя первая выставка американцев вызвала шквал недовольных заметок со стороны критиков, постепенно Барр и Миллер при помощи своих выставок смогли канонизировать американское искусство. Чтобы показать обществу значимость художников Америки, нужно было встроить их в определенный контекст, этим особым контекстом стал музей. Выставки делались с большим размахом. В общем было показано более 90 художников. Абстрактный экспрессионизм стал первым американским течением в искусстве, которое стало значимым в международном масштабе. Активно привлекалась пресса, в том числе непрофильная. Проводились помпезные фуршеты и закрытые мероприятия, на которых собирался американский бомонд. Неслучайно, европейская пресса даже дала Барру прозвище «коктейльный директор». А сами выставки все чаще становились синони-

мом «белого куба» — термина, введенного критиком Брайаном О'Догэрти в 1960-е гг. Впоследствии всемирную славу и звание выдающегося деятеля американского искусства XX века абстрактный экспрессионист Виллем де Кунинг обретает в 1969 и 1978 гг., после показа его ретроспективных выставок в MoMA и Музее Гуггенхайма.

Выставка «Когда отношения обретают форму: работы, концепции, процессы, ситуации, информации». Музей Берна. 1969 г. Куратор: Харальд Зееман

В выставке приняли участие 69 художников-концептуалистов из Европы и США. Вслед за художниками, совершившими переворот в искусстве, Зееман совершает переворот в организации выставочного пространства. Он понимает, что концептуальный подход должен быть не только в произведениях, но и в самом выставочном формате. Во-первых, он смещает центр внимания зрителя с самих произведений на то, как они создаются, на творческий процесс в целом. Таким образом, под «отношениями» им понимались те взаимосвязи между художниками и событиями, их окружающими, которые повлияли на них как создателей тех или иных произведений. Он делает объектом выставки не сами произведения как результат творческой деятельности, а выносит на поверхность то, что обычно оставалось скрытым от зрителя: контексты, мировоззрение как часть художественного процесса. Поэтому в подзаголовке и значатся помимо самих работ концепции, процессы, ситуации, информация. Во-вторых, Зееман приглашает

художников участвовать в выставке не с уже готовыми произведениями, а создавать их непосредственно на месте, в музее. Атмосферу «творческого беспорядка» Зееман выразил и в организации экспозиции. Если обычно в музеях работам художников отводилось отдельное пространство, к примеру зал, то Зееман перемешивает художников и их произведения вместе, чем подчеркивает и усиливает их взаимодействие и взаимовлияние друг на друга. Работы не были обособлены или как-то концептуально выделены, как это было принято в институциональной практике буржуазных музеев, наоборот, их было очень много, и все они были перемешаны между собой. Скульптуры и инсталляции размещались не вдоль стен на помостах, как обычно, а хаотично в центре зала, так что зрителю необходимо было проходить не вдоль них по залу, а между ними. Кроме того, выставка не ограничилась самим пространством музея, но и вышла за его пределы. Так, художник Даниэль Бюрен развесил свои плакаты на улицах Берна, за что даже был привлечен в полицейский участок. А Ричард Лонг отправился в путешествие по Швейцарским Альпам, представив свои путевые заметки в качестве одного из объектов выставки. В результате выставка произвела фурор в оценках публики и СМИ. В первую очередь благодаря концептуальному искусству, там представленному, но и сам факт, а также форма представления такого искусства в формате традиционной музейной выставки не остались проигнорированными. Сразу после выставки Зееман добровольно покинул пост директора музея, так как столкнулся с необходимостью разъяснять свои действия властям города.

Выставочная трилогия «Париж – Нью-Йорк», «Париж – Берлин», «Париж – Москва». Центр Жоржа Помпиду. 1977–1981. Куратор: Понтюс Хюльтен

Понтюс Хюльтен один из первых стал делать междисциплинарные выставки. В Центре Жоржа Помпиду в рамках масштабных выставок Хюльтен не просто показывал объекты искусства, но искал для них культурные и общественные контексты. Его знаменитая трилогия «Париж — Нью-Йорк», «Париж — Берлин», «Париж — Москва» затрагивала тему взаимовлияния столиц Запада и Востока. Это были сложносоставные тематические выставки, задействовавшие разные отделы музея, включая библиотеку. На выставке «Париж — Нью-Йорк» он реконструировал салон Гертруды Стайн, Нью-Йоркскую мастерскую Мондриана и даже галерею Пэгги Гуггенхайм, сделав тотальные инсталляции. Выставка «Париж — Берлин» воссоздавала панораму культуры Веймарской республики — искусства, театра, литературы, кино, архитектуры, дизайна и музыки и так далее. На выставке «Париж — Москва» куратор один из первых на Западе рассказал о «гласности», были задействованы произведения французских художников, выставлявшихся в Москве (в основном до Революции), работы конструктивистов и супрематистов начала XX века, а также соцреалистические работы; договориться об участии последних, в силу понятных причин, должно было быть не так-то просто. Эти выставки прочно закрепили Центр Помпиду на культурной карте Парижа и мира. Людям нравились выставки, потому что они были доступными и разносторонними.

ГЛАВА 8
БИЕННАЛЕ

Биеннальная культура. Структура менеджмента и специфика кураторской работы на биеннале. Критика биеннального движения. История и менеджмент российского павильона на Венецианской биеннале. Биеннале современного искусства, проходящие в России.

Биеннальная культура

Современная художественная эпоха трактуется как биеннальная. Большинство самых значимых в современной истории искусства выставок проходят именно на биеннале. Совместно с биеннальным движением происходило становление независимого кураторства и кристаллизация фигуры куратора-творца.

Биеннале (лат. Biennal — раз в два года) — это итальянское слово, означающее «каждый следующий год», которое приобрело мировую известность в связи с Венецианской биеннале — международным форумом искусства, проходящим с 1895 года в Венеции каждые два года. Венецианская биеннале считается наиболее авторитетной, и слово биеннале ассоциируется в первую очередь с ней.

Сегодня модель и название биеннале стали употреблять ко многим масштабным международным выставкам. Биеннале, как правило, представляют собой мегавыставки, включающие участие художников из разных стран и городов. История биеннале тесно связана с историей развития современного искусства, популяризация которого является одной из ее важнейших целей. Независимое кураторство и феномен куратора-творца по-

лучили широкое распространение именно благодаря экспансии биеннального движения по миру, его огромной популярности. В 1937 году открывается Биеннале Уитни, в 1951 году — биеннале в Сан-Паулу; в 1955-м — проходящая раз в пять лет Documenta в Касселе, значение которой не уступает Венецианской биеннале, в 1984-м — Гаванская биеннале, в 1987-м — Стамбульская биеннале, в 1989-м — посвященная «новым медиа», Вроцлавская биеннале, в 1973-м — биеннале в Сиднее, в 1996-м — европейская биеннале современного искусства Манифеста, особенностью которой является постоянная смена места проведения и представление наиболее провокационного искусства. В 1996-м — биеннале современного искусства в Шанхае, в 1998-м — Берлинская биеннале современного искусства, в 2005-м — Московская биеннале современного искусства и так далее.

Российский художник Александр Пономарев стал инициатором и комиссаром проведения биеннале современного искусства в Антарктиде. Общее количество различных биеннале и фестивалей искусства исчисляется сотнями. Современный мир стал глобальным, что определило потребность в создании глобальных же выставок. С 2009 года для координации всемирного биеннального движения существует *Международная Ассоциация Биеннале (International Biennial Association).*

Посещаемость ведущих мировых биеннале очень высокая. В силу своей масштабности, туристической привлекательности современные биеннале выгодны экономике городов, их проводящих. Это возможность продемонстрировать включенность в международные художественные процессы, обозначить свое присутствие на международной арт-сцене. Очень многие города сегодня хотят проводить свою биеннале, потому что на биеннале обращает внимание международная общественность, правительство, СМИ и спонсоры, существует даже такое понятие, как

«биеннальный туризм». Публика с интересом идет на выставки с приставкой «биеннале». Для художников и кураторов участие в биеннале — предмет особого престижа.

Несмотря на то что влияние биеннале на арт-рынок в определенной форме имеет место быть, биеннальные выставочные проекты являются местом для экспериментов, а не коммерции. Сложилась традиция, что биеннале — это институция академической сферы, в ее задачи входит создание трендов и определение векторов развития современного искусства. Значение биеннале зачастую выходит за пределы собственно искусства. В условиях тотального доминирования арт-рынка биеннале оказались необходимыми для представления искусства не в качестве объекта потребления, а в качестве способа фиксации симптомов современного общественного развития, что делает их важнейшими элементами современной художественной системы, в основе которой постоянное реагирование на социальные, политические, культурные процессы, вследствие чего биеннале со второй половины XX века стали наиболее авторитетной площадкой репрезентации искусства. Так, считается, что именно присуждение Раушенбергу в 1964 году Гран-при Венецианской биеннале утвердило в мировой истории искусства значимость поп-арта. А приглашение Харальдом Зееманом 19 китайских художников, в том числе Ай Вэйвэя и Чанг Ксиочанга, к участию в основном проекте Венецианской биеннале 1999 и 2001 годов стало переходным моментом в популяризации китайского нонконформитского искусства на Западе.

Структура менеджмента и специфика кураторской работы на биеннале

Главным менеджером биеннале или павильона (например, российского павильона на Венецианской биеннале), как правило, является *комиссар биеннале*, который уже приглашает конкретного куратора для решения творческих задач. За комиссаром обычно закреплены хозяйственные функции, а за куратором творческие. На комиссаре биеннале лежат сложнейшие административные вопросы, например работа со спонсорами, чиновниками, прессой, логистика выставок, ремонт павильонов и так далее. Комиссар должен предоставить куратору возможность для творческой деятельности, попутно регулируя все технические вопросы — от переговоров по поиску выставочной площадки, и всего остального, требующегося для материального обеспечения выставки — звука, света, электричества, ремонта, если требуется, до реставрации помещения и так далее — всего, что может возникнуть, чтобы освободить куратора для собственно творчества. Финансирование павильонов и биеннале происходит как из городского бюджета, так и на привлеченные средства. Всеми финансовыми вопросами, равно как и информационным освещением биеннале, руководит менеджмент биеннале под руководством ее директора или комиссара.

Куратор отвечает за концепцию и качество художественного проекта. К участию в основном проекте биеннале привлекаются десятки художников, и, конечно, приглашенный куратор необязательно может быть знаком со всеми из них. Поэтому многих художников и произведения, необходимые для реализации своей идеи, он отбирает из баз, которые предоставляют ему комиссар и менеджмент биеннале. Также на международных биеннале доля участия художников из страны проведения регламентируется.

Вершина карьеры куратора переместилась с работы в музеях к работе на биеннале. Кураторы биеннале могут позволить себе делать выставки как места для экспериментов, а не коммерции, быть максимально независимыми от институций и заказчиков, более новаторскими. Во многом работа куратора биеннале — это поиск разрешения социальных, культурных, этнических и прочих конфликтов современного общества. Если музейный куратор, как правило, работает с коллекцией музея, то куратор биеннале привлекает художников и их произведения из разных уголков страны и земного шара специально для воплощения своего замысла. Многие работы создаются непосредственно на месте. Биеннале отличаются масштабностью и репрезентативностью.

На биеннале кураторы и художники могут позволить себе то, чего не могут в остальных случаях, — это и огромные павильонные площади, которых, как правило, нет ни в мастерской, ни в галереях или музеях, а также нестандартные выставочные пространства, бюджеты на создание масштабных работ. Одна из важнейших функций биеннале — взаимодействие с городом. Город на время биеннале нередко превращается в большую выставочную площадку, где в каждом закоулке можно увидеть перформансы, инсталляции, выставки под открытым небом.

Роль куратора на биеннале первоочередна и выражает собой новый принцип авторского присутствия в искусстве, сформировавшийся в эпоху постмодернизма и на сегодняшний день являющийся обязательным для актуализации искусства в пространстве современной культуры. К работе над ведущими международными биеннале привлекаются в основном представители международной кураторской элиты, то есть ограниченный круг наиболее успешных и престижных в мире искусства имен.

Если в музеях штатными кураторами выставок выступают искусствоведы, сотрудники различных отделов музея, которые

в значительной степени зависят от политики руководства, то на международных биеннале современного искусства, напротив, вопросами менеджмента под эгидой директора или комиссара биеннале занимается большое количество штатных и нештатных сотрудников, а куратор, как правило, привлекается один. Чем значимее проект, тем важнее «звездность» куратора. Именно он предопределяет основную концепцию проекта, которую в дальнейшем воплощает в жизнь служба менеджмента. В контексте биеннале куратора можно сравнить с дирижером. Дирижер ничто без оркестра, но музыканты без него просто не смогли бы играть. Тоже и в случае биеннале. Куратор не торговец и не менеджер, куратор тот, кто знает, как показать художника, чтобы подчеркнуть его значение. Неслучайно, считается, что биеннале задают моду на искусство. Поэтому выбор и предпочтения куратора биеннале имеют большое значение в мире искусства. Куратор биеннале часто затмевает собой всех участвующих художников. О нем и его кураторском решении говорят в каталогах биеннале, публичных выступлениях, в СМИ.

Критика биеннального движения

В сторону набравшего невероятную мощь биеннального движения существуют разноречивые оценки. Одни биеннале обвиняют в чрезмерной консервативности, другие, напротив, в крайней радикальности, кого-то в излишней глобализации своей деятельности, кого-то — в ее локализации. Возросшая роль кураторского видения в организации биеннале тоже в последнее время имеет тенденцию подвергаться критике. Например, в 2012 году самым влиятельным человеком в искусстве, по версии авторитетного журнала ArtReview, была названа куратор 13 Документы Каролин Христов-Бакарджиев, которая считает,

что «в мире искусства, где господствуют кураторы, нужно действовать без заранее определенного кураторского плана. Это дает возможность воссоздать систему взаимосвязей дигитальной эпохи и одновременно взглянуть на ее недостатки и возможные последствия с критической точки зрения». В результате Документа раскрывалась в работах самих художников, а не через общее видение куратора, что традиционно. Христов-Бакарджиев смогла создать нечто одновременно взаимосвязанное и независимое — «гибрид множества различных, особых существ с общими цепочками ДНК».

История Венецианской биеннале

С самого основания главной задачей Венецианской биеннале являлась популяризация современного искусства. Власти Венеции решили создать арт-форум, который бы повторялся периодически, и до сих пор Венеция живет за счет туристов и профессионалов, которые приезжают на биеннале и на кинофестиваль. Основные площадки биеннале в Венеции — это Джардини (сады) и Арсенал (Адмиралтейство). За 120 лет биеннале претерпела существенные изменения. В начале своей истории выставки на биеннале подразумевали экспозиции одной, двух работ каждого художника, развешанные в стиле французских салонов без какой-либо концептуальной взаимосвязи друг с другом. Со временем выставки на биеннале стали представлять собой персональные выставки художников или групповые выставки художников, объединенные общей темой. С начала XX века венецианская биеннале обретает международный масштаб. К 1914 году многие европейские страны строят свои павильоны в садах Джардини. Первоначально на Венецианской биеннале существовал офис продаж, который помогал художникам на-

ходить клиентов и продавать работы, за что брал 10%. Поэтому художники участвовали не только с целью продемонстрировать свое творчество на престижном смотре, но и продать. Продажи велись весьма успешно и оставались частью биеннале вплоть до 1968 года, когда левоцентристская молодежь осадила биеннале в рамках общего движения против буржуазной культуры с лозунгами «Биеннале капиталистов, мы сожжем ваши павильоны!» и «Нет биеннале боссов!». Они называли биеннале игрушкой для богачей и обвиняли в коммерциализации искусства. В результате было принято решение упразднить отдел продаж. С тех пор коммерция на биеннале стала табу и на Венецианской, и на всех последующих мировых биеннале. Сегодня форум в Венеции включает две концептуальные составляющие — это выставка основного проекта биеннале, курируемая главным куратором, демонстрирующая лучшие образцы международного искусства (существует с 1976 года) и традиционные выставки национальных павильонов (около 88 штук), курируемые каждая своим куратором, где показывается лучшее национальное искусство. За всю историю Венецианской биеннале только куратор Харальд Зееман был удостоен чести два срока подряд курировать Венецианскую биеннале — в 1999 и в 2001 годах. Он был назначен директором секции изобразительного искусства. Знаковым в этих проектах стало то, что Зееман обратил внимание на современное китайское искусство, которое на тот период в Европе было известно лишь знатокам. В самой Италии о нем вообще фактически не было известно ничего. Тем не менее на площади 4 000 квадратных метров и в основном проекте Арсенале, и в Джардини, преимущественно в павильоне Италии, Зееман показывает работы 20 китайских художников, среди которых были и ныне широко известные Чанг Ксиочанг и Ай Вэйвэй. Стеб над пропагандой и крестьянский бунт — так Зееман описывает в каталоге

выбранное им китайское искусство. Первым американским куратором на Венецианской биеннале стал Франческо Бонами в 2003 году с выставкой «*Dreams and Conflicts*».

Главным призом Венецианской биеннале являются «Золотые львы», которые выдаются за лучшую экспозицию в национальном павильоне и лучшему художнику за вклад в искусство. «Серебряный лев» вручается лучшему молодому художнику. Существуют также «почетные упоминания». Раньше вместо львов главной наградой был Гран-при биеннале. Российский павильон получал главный приз Венецианской биеннале лишь однажды, в 1993 году, за инсталляцию «Красный вагон» Ильи Кабакова.

Посещаемость Венецианской биеннале во многом приравнивается к посещаемости спортивных мероприятий: 2007-й — 319 332 посетителя, 2009-й — 375 702 посетителя, 2011-й — 440 тыс. посетителей, 2013-й — 475 тыс. посетителей.

Русский павильон на Венецианской биеннале

История участия России на биеннале в Венеции восходит к началу 1900-х годов с грандиозного успеха выставки Сергея Дягилева в 1907 году и визита императора Николая II в Италию в 1909-м. Национальный павильон России в Венеции был спроектирован и построен архитектором А. В. Щусевым (автором мавзолея Ленина) в 1914 году. СССР принимал участие в Венецианской биеннале до начала 30-х годов и после 1956-го. В советское время комиссара предлагало Министерство культуры, которого утверждал ЦК. Основу выставки составляли работы из хранилища Министерства культуры, в которое закупались произведения для музеев, а также предметы из хранилища Союза художников.

Комиссар выбирал произведения в основном из этих собраний, так как отбор произведений из мастерских художников требовал более сложной процедуры согласования. Задачей участия СССР в Венецианской биеннале была пропаганда советских ценностей Западу. Отбор произведений строго согласовывался с Министерством культуры и ЦК. В выставке обязательно в какой-то форме должны были быть представлены республики СССР, тематические и политические работы. Иногда, чтобы как-то скорректировать экспозицию, комиссар шел на хитрость и, чтобы не брать слабых работ, докладывал, к примеру, что не все работы поместились. Художники лично отправлялись на биеннале только в случае, если их произведения составляли существенную часть выставки. Художники получали большую известность на Западе, но внутри страны участие в биеннале афишировалось не очень масштабно. Для карьеры художников участие в биеннале также означало особое отношение властей в будущем.

В павильоне в дореволюционное и советское время показывались в основном групповые выставки. В 1924 итальянская пресса даже обозвала выставку 600 произведений 120 авторов — русским салатом, в смысле винегретом. В 1932-м — 49 художников, в том числе А. Дейнека, П. Кончаловский, Ю. Пименов, Р. Фальк, К. Петров-Водкин. В 1960-м комиссаром павильона была Ирина Антонова, в дальнейшем директор, а ныне президент ГМИИ им. Пушкина, которая привезла в Венецию 22 художников из России. В 1962 году в русском павильоне показали представителей так называемого сурового стиля Таира Салахова, Гелия Коржева, Виктора Попкова. С 1963 года и до 1993-го комиссаром павильона СССР на Венецианской биеннале был Владимир Горяинов, работавший также в Отделе внешних отношений Министерства культуры СССР и главным редактором журнала «Советский художник». На фоне остальных павильонов, где с 1960-х

годов показывали в основном абстрактную живопись, советская выставка выделялась своей фигуративностью. Профессиональное сообщество считало это отсталостью, но обычной публике выставки в общем нравились.

Главный приз на Венецианской биеннале русские художники получили лишь в 1993 году. Это была *тотальная инсталляция «Красный вагон» Ильи Кабакова*. Комиссаром значился Владимир Горяинов. Внутри вагона было темно, вместо окон картины в стиле соцреализма и сталинские марши. Рядом Кабаков разместил мусор от строительства, а музыкальное сопровождение инсталляции из советских песен 70—80-х оказывали гипнотическое действие на посетителей. Также в 1991 году под руководством павильона Горяиновым групповая выставка с участием Айдан Салаховой, Евгения Митты и Роберта Раушенберга получила на биеннале почетное упоминание.

В современное время в русском павильоне стали доминировать моноэкспозиции или совмещенные персональные выставки нескольких художников, что определяется архитектурой павильона, включающей по два раздельных зала на первом и втором этажах.

В 90-е годы участие России в Венецианской биеннале проходило под знаком постоянной смены комиссаров, а также хронического недофинансирования. Институцией, ответственной за национальную экспозицию, с 1995 года по назначению Министерства культуры являлся Государственный центр современного искусства. Леонид Бажанов, директор ГЦСИ, бывший комиссаром биеннале, предложил политику приглашенных кураторов и экспертного совета. Но творческий отбор проектов сталкивался с финансовыми факторами. Случалось, что на отобранные советом проекты не хватало го-

сударственного финансирования, и тогда на биеннале ехали те, у которых была частная спонсорская поддержка. Например, в 1997 году выставка Комара и Меламида была в последний момент заменена на выставку Максима Кантора, имевшего поддержку Deutsche Bank и Lufthansa. С 1999 года Бажанов предложил практику конкурсов художественных проектов для биеннале, имевших финансирование, но единственным финансово обеспеченным проектом оказался проект художника Сергея Бугаева (Африки). Поэтому и эта практика была отменена. В 2000 году в Новом Манеже в Москве прошла открытая выставка «Предложения для Венецианской биеннале-2001». С 2001 года полномочия с ГЦСИ были переложены на Государственный музейно-выставочный центр РОСИЗО. Министр Александр Авдеев (2008—2012) стал первым министром культуры, посетившим открытие российского павильона на Венецианской биеннале.

В 2011, 2013, 2015 годах решением Министерством культуры РФ комиссаром павильона была назначена президент частного художественного фонда «Stella Art Foundation» Стелла Кесаева, известная как благотворитель и меценат в области современного искусства. Таким образом, был частично решен вопрос финасирования проекта. Фонд Кесаевой покрывал до половины всех необходимых расходов. Под эгидой Кесаевой акцент делался на школу московского концептуализма. 2011-й — Андрей Монастырский, группа «Коллективные действия», 2013-й — Вадим Захаров, 2015-й — Ирина Нахова. Стелла Кесаева стала первой, кто пригласил на роль куратора павильона иностранца (2013-й — Удо Киттельман).

С 2016 года комиссаром русского павильона на Венецианской биеннале назначен Семен Михайловский, ректор Санкт-Петербургской академии художеств.

Московская биеннале современного искусства

Московская биеннале современного искусства была основана в 2005 году. У ее истоков вместе с Иосифом Бакштейном стоял и куратор Виктор Мизиано. Но в итоге комиссаром Московской биеннале до 2016 года был Иосиф Бакштейн, директор Института проблем современного искусства (ИПСИ). Среди кураторов Московской биеннале были представители мировой кураторской элиты, такие как Ханс Ульрих Обрист, Даниэль Бирнбаум, Жан Юбер Мартен, Питер Вайбель, Катрин де Зегер, Барт де Баре, Юко Хасегава. Количество российских художников среди участников основного проекта Московской биеннале не превышает 10—15%, что соответствует нормам для организации мероприятий подобного уровня. Площадками основного проекта были бывший Музей В. И. Ленина, Музей архитектуры и станция метро «Воробьевы горы» (2005), высотный этаж недостроенной Башни Федерация в Москва-Сити, Музей архитектуры (2007), ЦСК «Гараж» (2009), ЦУМ art foundation и ЦД ARTPLAY (2011), Манеж (2013), ВДНХ (2015), Новая Третьяковка (2017). Помимо выставки Основного проекта Московская биеннале объединила целый ряд других проектов — это «Специальная программа», «Параллельная программа», образовательные программы. Биеннале поддерживается Министерством культуры РФ и Правительством Москвы. VI биеннале, проходившая на ВДНХ, имела ограниченное финансирование. Удалось привезти в 2,5 раза меньше произведений искусства, чем в прошлые годы. В результате, акцент был смещен на дискуссионную составляющую, приглашенные кураторы, художники и другие мыслители участвовали в ежедневных дискуссиях, а также проводили перформансы,

которые были далее переформатированы в итоговую выставку-документацию. В 2016 году Иосиф Бакштейн заявил о своем уходе с поста комиссара Московской биеннале.

Ведущими российскими биеннале современного искусства помимо Московской биеннале являются Биеннале молодого искусства Youngart, представленные на ней художники и приглашенные кураторы должны быть моложе 35 лет; Международная биеннале уличного искусства Артмоссфера, в которой принимают участие мировые стрит-арт художники. Уральская индустриальная биеннале, проводимая в Екатеринбурге, Ширяевская биеннале современного искусства в Нижнем Новгороде, Красноярская музейная биеннале. В 2017 году ЦСК «Гараж» запустил Триеннале современного искусства, которая проводится раз в 3 года.

Вопросы

1. Почему современную культуру принято считать биеннальной?
2. В чем заключается критика биеннального движения?
3. Кратко расскажите историю российского павильона на Венецианской биеннале.
4. Чем работа куратора биеннале отличается от работы музейного куратора и кто такой комиссар биеннале?
5. Приведите примеры выставок на биеннале как формы политического высказывания.
6. Какой всемирно известный куратор был удостоен чести дважды быть куратором основного проекта Венецианской биеннале и чем он запомнился на этом посту?

Дополнительные текстовые материалы

Документа V. 1972 г. Куратор Харальд Зееман

Хотя Документа проходит раз в 5 лет, то есть не является биеннале, именно с ней связывают начало популяризации современного искусства, массового интереса к биеннале, создание формата мегавыставок и обособление роли независимого куратора.

К работе над Документой V куратора Харальда Зеемана позвали после резонанса, который вызвала его выставка «Когда отношения обретают форму» в музее Берна. Зееман настоял на том, чтобы руководство перешло из рук организационного комитета к нему одному, «генеральному секретарю». Этот факт способствовал росту значимости фигуры куратора в дальнейшем. Центральной темой выставки стал вопрос: как искусство интерпретирует реальность? Для поиска ответа Зееман пригласил художников не с готовыми произведениями, а чтобы они работали прямо на месте. Этот прием он уже использовал, будучи директором музея в Берне, чтобы перенести акцент с произведения искусства, как законченного объекта, на непосредственно процесс его создания, ход работ и творческие поиски художника. Прежде такая практика не была распространена. Куратор выбирал из уже готовых работ, а Зееман начал давать художникам творческие задания, выступая режиссером выставки. Зритель же получал возможность прикоснуться к процессу создания художественного произведения, увидеть то, что обычно скрыто от глаз публики, — процесс создания арт-объекта и субъективный мир художника. Если предыдущая Документа практически целиком была отдана под абстрактную живопись, Зееман созда-

ет тематическую выставку, включающую также перформансы, хэппенинги, театральные постановки, поэтические и звуковые выступления, которые он сочетает в неожиданных комбинациях, объединяя произведения профессиональных художников с работами не художников, объекты массовой культуры и повседневного быта с предметами религиозного культа. Задачей Зеемана в поиске ответа на вопрос, как искусство соотносится с реальностью, было сделать концентрированную версию жизни того времени в формате выставки, сопоставить рядом художественный образ и его прототип из жизни, ожидания от искусства у публики и персонифицированное видение творческого человека. В результате на выставке соседствовали рядом произведения социалистического реализма и художников неоавангарда, поп-арт с рекламой, акционизм и наивное искусство, порнография и карикатура. Зееман представил срез всего, что было в искусстве к тому времени, вместе с далекими от искусства предметами, выстроив сложные и разнообразные формы повествования и нарратива между ними. Выставка длилась практически сто дней. Сам Зееман все время присутствовал на площадке, большую часть времени проводя в открытых дискуссиях о сути искусства с Йозефом Бойсом. Себя Зееман позиционировал как главного автора данного художественного действа, значение которого даже превосходило входившие в него художественные произведения: «Я хотел предъявить свой собственный миф, то есть нечто противоположное роли объективного посредника. Я больше не хочу просто заполнять предложенную рамку, но все больше склоняюсь к тому, чтобы проецировать свои собственные идеи».

ГЛАВА 9
ВЫСТАВКИ НА ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ЯРМАРКАХ

Явление и виды художественных ярмарок. Менеджмент и специфика кураторской работы на арт-ярмарке.

Явление и виды художественных ярмарок

Международные ярмарки — это представление произведений искусства, посредством участия в них галерей из разных стран. Художественные ярмарки как место периодического привоза, купли-продажи произведений искусства проводились еще в XV—XVI веках во время праздничных шествий в Италии, особенно популярны были Голландии и Фландрии в XVII веке.

В современном понимании новая волна роста влияния художественных ярмарок начинается с 60-х годов XX века, совместно с ростом потребительства. Со второй половины столетия арт-рынок сильно изменился, а вместе с ним и виды потребления искусства. Предложение стало интернациональным, и сообщество коллекционеров перемещается по всему свету к месту очередной ярмарки искусства.

В свою очередь локальные рынки заинтересованы проводить международные ярмарки, чтобы включать галереи и представленных в них художников в международный контекст.

Сегодня, по оценкам экспертов, количество международных арт-ярмарок приближается к двум сотням. В 1956 году состоялся первый показ Brussels Art Fair (BRAFA), в 1967-м открывается

ярмарка искусства Art Cologne в Германии, в 1970-м — Art Basel в Швейцарии, в 1974-м — Foire Internationale d'Art Contemporain (Fiac) в Париже, в 1988-м — TEFAF Maastricht в Маастрихте, Голландия, в 2001-м — ArtBasel Miami Beach, в 2003-м — Frieze в Лондоне, в 2013-м — ArtBasel Hong Kong, в 2014-м — Frieze New York и так далее. С трех главных игроков — Арт Кельн, Арт Базель, Арт Брюссель — в 70-х. Какие-то ярмарки специализируются на антиквариате (BRAFA, TEFAF Maastricht), какие-то на искусстве начиная с XX века до современности (Art Basel, Art Cologne, Fiac), некоторые имеют направления от древностей до сегодняшнего дня (Frieze), есть и такие, которые в большей степени специализируются по регионам (Art Dubai, Art Fair Tokyo, Contemporary Istanbul Art Fair, COSMOSCOW), и так далее.

Для коллекционеров арт-ярмарки экономят время — на них можно посмотреть искусство, уже прошедшее качественный отбор, сравнить предложения от разных галерей, посетить приуроченные мероприятия и образовательные программы, заручиться мнением экспертов, познакомиться с другими коллекционерами, галеристами, художниками. Арт-ярмарки стали своего рода гипермаркетами искусства, что вполне соответствует логике развитого потребления.

Арт-ярмарки стремятся равняться на биеннале и даже проходить примерно в одно время с ними. Так, Art Basel начинается через несколько недель после открытия Венецианской биеннале. Среди коллекционеров даже существует такой девиз «Смотрите в Венеции, а покупайте в Базеле». Московская ярмарка современного искусства COSMOSCOW проходит осенью, как и Московская биеннале, и так далее. Но в отличие от биеннале арт-ярмарки могут проводиться каждый год.

В сознании многих грань между биеннале (институцией некоммерческой сферы) и арт-ярмарками (мероприятиями, наце-

ленными на продажи) стирается. Прерогатива таких крупных ярмарок, как Art Basel и Frieze, в том числе определять новые тенденции в искусстве (как это происходит на биеннале). Как правило, на ярмарках существуют мощная образовательная и научная часть — различные лекции, круглые столы, на которые могут приглашаться ведущие специалисты отрасли — директора и кураторы крупных музеев, известные архитекторы, художники, чиновники от культуры. Могут проводиться благотворительные аукционы или партнерские благотворительные программы. Организаторы ярмарки, как и галереи-участники, заинтересованы максимально абстрагироваться от коммерции, потому что, как ни парадоксально, «высокое искусство» можно продавать дороже.

К основной галерейной программе сегодня практически все крупные ярмарки добавляют *некоммерческую составляющую*, в рамках которой могут возводиться знаковые инсталляции, не имеющие коммерческой направленности, показываться выставки, курируемые музеями, целевыми арт-фондами, что также приближает уровень ярмарки к академическому (музейному, биеннальному) показу искусства.

Количество галерей-участников ярмарки закономерно ограничено площадью выставочного павильона, поэтому чем престижнее ярмарка, тем больше желающих на нее попасть и тем строже отбор. Ведущие арт-ярмарки славятся тем, что благодаря строжайшему отбору галерей там можно увидеть лучших из лучших. Попасть к участию в них новоиспеченной галерее фактически невозможно, хотя все больше мировых ярмарок отводят отдельные секции начинающим галереям. Отбор заявок к участию в ярмарке проводит экспертный совет. Бывает такое, что в него входят люди, сами представляющие интересы тех или иных художников, поэтому отбор галерей к участию ими фор-

мируется так, чтобы избежать конфликта интересов, не в пользу дилеров-конкурентов. Московский галерист Гари Татинцян (The Tatintsian Gallery) представляет западных художников; в интервью он сетовал на то, что его галерее трудно участвовать в западных ярмарках, из-за конфликта интересов его часто не допускают к участию.

С начала 2000-х большую популярность набирают так называемые *ярмарки-саттелиты*, то есть проходящие в этом же городе параллельно с крупными и раскрученными ярмарками. Для многих небольших галерей, у которых нет шансов попасть в главную ярмарку, — это хорошая возможность. Когда ярмарки-саттелиты только зарождались, участие в них не было дорогостоящим, и небольшие галереи могли продавать на них иной раз больше, чем за полгода в галерее. Но к настоящему дню представления о том, какой должна быть художественная ярмарка и как ее организовать, быстро распространились и спрос на участие в подобных ярмарках, а следовательно, и стоимость аренды стендов также резко возросли.

Менеджмент и специфика кураторской работы на арт-ярмарках

Организация ярмарок происходит комплексно с привлечением ведущих PR-специалистов, экспертов по искусству, арт-дилеров.

Пространство арт-ярмарки делится на несколько зон. Как правило, это стенды разной площади с отдельными экспозициями, которые руководство ярмарки сдает в аренду галереям, где последние выставляют работы своих художников.

Организаторы ярмарки заинтересованы в привлечении как можно большего числа иностранных галерей, присутствие которых на выставке будет повышать статус и уровень экспозиции, поэтому подготовка ярмарки и PR-кампания начинаются задолго до открытия. Иностранным галереям-участницам необходимо оформить все документы, связанные с ввозом-вывозом искусства в страну, оплатить таможенные пошлины. В частности, в Россию это сделать не так просто. Как и российским галереям участвовать в международных ярмарках. Тем не менее, чем больше иностранных галерей, тем лучше для успеха, признания и посещаемости ярмарки.

Поскольку коллекционеры и просто ценители искусства все больше отдают предпочтение именно масштабным смотрам искусства, практически все современные арт-ярмарки являются *курируемыми*, то есть организаторами вместе с галеристами-участниками тщательно продумывается общая концепция, тематика и количество выставленных художников. Например, в определенный год может быть принято решение сделать фокус выставки на конкретном географическом регионе или периоде в искусстве и т. д. Правила ярмарки также могут включать, что каждая галерея-участник показывает не более 1—2 авторов.

Организаторы ярмарок могут давать рекомендации насчет того, что больше привлекает местных коллекционеров, или оговаривать примерный диапазон цен. Например, международная арт-ярмарка COSMOSCOW, проходящая в Москве, в последние годы в большей степени ориентирована на молодых коллекционеров, поэтому привлекались в том числе недорогие, доступные молодым покупателям произведения, а региональным проектам предлагались льготные условия для участия. К определенному сроку, когда получено достаточное

количество заявок, начинается отбор участников экспертным советом. Также своих кураторов могут иметь различные разделы арт-ярмарок.

Уровень посещаемости ярмарки зависит от многих факторов, таких как репутация ярмарки, включающая информационный имидж в СМИ и среди экспертного сообщества. Рекламная и PR кампании являются важнейшими составляющими подготовки арт-ярмарки. Результаты прошлых лет также имеют немаловажное значение в формировании имиджа ярмарки.

В содержательном плане важна эксклюзивность экспозиции, то есть наличие на ярмарке чего-то нового, исключительного. Чтобы привлечь покупателей на свои стенды, галереи должны показать нечто такое, что еще никто не видел. Работы, которые уже выставлялись и продавались в галерее и тем более на других ярмарках, вызовут меньший ажиотаж, чем новинки и сенсации, информация о которых упоминается в СМИ, в ходе рекламной кампании. Тем самым, раскручивая имена определенных художников или галерей. В то же время, учитывая рост стоимости участия в ярмарках, галереи более осторожны в представлении на ярмарках новых имен и предпочитают не рисковать, представляя новинки от уже проверенных авторов.

Отборочный комитет ярмарки стремится показать весь срез искусства в заданном направлении, поэтому на ярмарке, как правило, показываются разнообразные художники и художественные течения. Поддерживать общий высокий уровень представленных работ — задача не из простых. И, безусловно, площадка, на которой проводится выставка, ее транспортная доступность тоже немаловажны. Хотя коллекционеры и перемещаются с одной ярмарки на другую, не обращая внимания на национальные границы, престижность помещения, соответствие уровню и масштабу мероприятия берутся в расчет.

Вопросы

1. Что такое художественная ярмарка, какова их роль в современном арт-рынке?
2. Каким образом происходит организация работы на арт-ярмарке?
3. В чем кураторский аспект организации арт-ярмарок?
4. Что такое ярмарки-саттелиты и как они изменились за последние 15 лет?

ГЛАВА 10
ВЫСТАВКИ В ГАЛЕРЕЯХ

Художественные галереи как культурный феномен. Современная арт-галерея и структура управления ею. Разновидности сотрудничества художников и галереи. Выставочная и ярмарочная стратегии галереи. Соотношение коммерческой ориентации и экспериментальности галерейных выставок.

Художественные галереи как культурный феномен

Первые художественные галереи зародились в Европе в XIX веке, а в современном понимании появились после Первой мировой войны. Будучи еще в начале XX века в сознании общества исключительно коммерческими заведениями, галереи после целенаправленных усилий сегодня прочно утвердились в качестве института, имеющего схожие функции с институциями академической, некоммерческой сферы. Являясь основным элементом структуры арт-рынка, где главная задача удовлетворение спроса предложением, галереи взяли на себя и культурологическую функцию, ассоциируясь с институтом признания творчества художников. Произошла трансформация галереи из физического пространства для экспозиции и реализации художественных произведений в культурный феномен. Галереи максимально в сознании публики абстрагировались от коммерции путем создания знаковых, интересных и поучительных выставок, являясь местом зарождения и развития современного искусства.

Современная художественная галерея и структура ее управления

Современные галереи — это выставочные пространства, специализирующиеся на одном или нескольких направлениях искусства, имеющие свою политику, концепцию и ориентирующиеся на различные сегменты художественного рынка. Это может быть современное актуальное искусство, реалистическое и декоративное искусство, антиквариат, искусство XX века, фотография. Сегодня можно также встретить галереи, продвигающие стрит-арт художников и произведения, выполненные в жанре новых медиа, таких как видео и саунд-арт. Но, как правило, наиболее продаваемая и, соответственно, выставляемая в галереях техника — это живопись и фотография. Масштабные инсталляции, видео-арт и так далее заведомо приведут меньше покупателей, нежели то, что можно вписать в интерьер.

Помимо хозяина в структуру галереи могут входить работники, отвечающие за продажи, работу с прессой, менеджеры, помогающие готовиться к ярмаркам, администраторы, организующие специальные события и каждодневную работу галереи, а также кураторы, которые привлекаются для организации выставок. Менеджерский отдел занимается каждодневной работой по управлению бизнес-процессами галереи, связями с общественностью и партнерами, а куратор занимается вопросами работы с коллекцией и подготовки выставок, подчиняясь директору галереи. Обычно штат галерей не превышает 4—5 человек, не считая владельца. Многие задачи отдаются на аутсорсинг специализированным агентствам, занимающимся пиаром, логистикой художественных произведений, монтажом и архитектурой выставок.

Галереи могут принимать участие в музейных выставках, предоставляя работы из своей коллекции.

Разновидности сотрудничества художника и галереи

Галерея играет важную роль в продвижении художника. Часто репутация галереи выше, чем самого художника, и тогда авторитет галереи начинает ассоциироваться с именем художника. Художник заинтересован в работе с галереей, поскольку она выступает посредником между ним и покупателем, обеспечивая продажи и заказы.

Стандартная галерейная модель подразумевает, как правило, что галерист работает с узким кругом художников, которых продвигает. Обычно пул художников галереи составляет не более 20 имен. Галерист проводит персональные выставки художников и приглашает их к участию в групповых. Представляет художников музейным, в том числе международным кураторам, лоббируя выставки и приобретение работ художника в музейные экспозиции; представляет работы художника на международные арт-ярмарки, выводя их с локального на мировой арт-рынок. Помимо этого галерея также может хранить работы художника, помогать с транспортировкой, реставрацией, оплачивать создание новых произведений; заниматься паблисити художника, организовывая ему публикации и интервью в СМИ, печатать каталоги; давать рекламу выставок в профильных и непрофильных изданиях; выдвигать художников и выставочные проекты на участие в различных грантах, а также премиях. В современной российской истории в качестве примера подобных галерей можно вспомнить в Москве: галерея Триумф, галерея Риджина, галерея Гельмана, галерея XL, галерея Fineart, галерея Айдан, где системно оказывалась поддержка художникам и совершались попытки их продвижения на международный рынок. Из молодых российских галерей можно привести

в пример Savina Gallery (Санкт-Петербург), GALERIE IRAGUI (Москва), Artwin Gallery (Москва). И все же хотя количество галерей, ориентированных на международный арт-рынок в России, имеет тенденцию увеличиваться, их несравнимо мало по сравнению с странами Европы, США, Ближнего Востока и Азии.

Сотрудничество художника и галериста может быть на эксклюзивных условиях, когда с художником заключается договор, ограничивающий его возможности по участию в других проектах и продаже произведений вне галереи, а может быть и на неэксклюзивных, когда художник сотрудничает сразу с несколькими площадками. В случае эксклюзивного сотрудничества галерист полностью контролирует цены и продажи художника, а значит, представленность и наличие художника на арт-рынке. Эксклюзивный договор защищает галериста от финансовых потерь, связанных с вышеперечисленными вложениями в продвижение художника. Крупнейшие мировые арт-дилеры, такие как Лео Кастелли, Ларри Гагосян, Чарльз Саатчи, вошли в историю искусства тем, что открыли миру новые имена и даже целые художественные течения «с нуля».

Сегодня некоторые игроки арт-рынка говорят о том, что классическая галерейная модель работы на эксклюзивных условиях становится менее востребована:

> «Мой опыт и особенно опыт последних лет мне подсказал, что не надо работать с художниками на эксклюзивных контрактах. Надо работать на проектных отношениях. Я все больше убеждаюсь, что классическая модель, когда галерист кого-то двигает и на себе везет, будет все меньше работать, потому что информационно сейчас все очень быстро решается. Например, я в Барселоне встречалась с Франком Плантом, который работал с одной из лучших галерей Tres Puntos.

> И вдруг он от них ушел и стал работать с галерей Victor Lope, и я его спрашиваю, а почему, ведь прежняя галерея сильнее, старше, респектабельней. А он мне говорит, что не хочет работать на эксклюзивном контракте, потому что прежняя галерея держит его в Барселоне и Берлине, но лишает его возможности двигаться вширь. Художнику по определению важно работать с галереями на разных рынках, а эксклюзив это не всегда предполагает. Я думаю, что мир движется именно в этом направлении» – *из интервью Artandyou.ru с Лизой Савиной, владелицей SAVINA GALLERY в Санкт-Петербурге.*

Выставочная стратегия галереи

Выставки являются одним из основных способов формирования имиджа художников и репутации галереи, обращают внимание зрителя к галерее, формируют лояльность зрительской аудитории к представляемым в галерее авторам, стимулируют продажи. Художественная выставка может длиться от 1,5 недель до нескольких месяцев. В результате количество выставок в галерее может доходить до 20 в год. Выставочные планы формируются заранее хозяином галереи и ее кураторами и встроить в них что-то незапланированное подчас бывает не так просто. Выставки в галерее, как правило, сопровождаются вернисажем, возможны творческие встречи, дискуссии и лекции, презентации каталогов, аукционы.

Выставки в галереях по большей части по-прежнему представляют собой «белый куб», предложенный музеями современного искусства в 1950—60-е, потому что нейтральное пространство лучше всего подходит в условиях коммерческой ориентации галерей, для концентрации внимания посетителя галереи на про-

изведениях, представлении последних с максимально выгодной стороны. Это менее рискованно, нежели создание экспериментальных выставок. И это проще, поскольку не требует работы с пространством и возведения сложной архитектуры выставки. Как правило, в галереях используются мобильные стенды, конфигурация которых меняется под конкретную выставку. Иногда может перекрашиваться цвет стен.

Выставки в галереях, как правило, носят репрезентативный характер согласно классификации, предложенной Виктором Мизиано в книге «Пять лекций о кураторстве», приоритетным для таковых является не концепция или исследование, а предъявляемый художественный материал, характеризующийся необязательным и легкозаменяемым составом произведений, поэтому в негласной табели о рангах характеризуемый как один из низших форматов кураторской работы[37].

Но интересные кураторские проекты в коммерческих галереях все-таки могут быть. В Москве такой галерей до своего закрытия была галерея Полины Лобачевской, в которой проходили зрелищные выставки-инсталляции «Маленький принц в Москве» (2011), «Алиса в стране чудес» (2009).

Многие коммерческие галереи также стремятся подражать историко-академическим музейным выставкам, задавая высокий уровень проходящих в их стенах выставок. Некоторые вовсе стремятся называться музеями. Например, Музей Art4 Игоря Маркина в Москве, скорее, является галереей частной коллекции, хоть и безусловно музейного уровня. На выставках возле работ даже висят ценники. Другие галереи совмещают коммерческие выставки с некоммерческими по аналогии с художественными ярмарками.

[37] Мизиано В. Пять лекций о кураторстве. Москва : ООО «Ад Маргинем Пресс», 2014. — 256 с.

Центральной частью выставочной работы арт-галереи сегодня стало *участие в художественных ярмарках*. Именно на ярмарках осуществляются основные продажи, заводятся важные контакты, в том числе с музейными кураторами. Коллекционерам также интереснее перемещаться с ярмарки на ярмарку в поисках того, что им необходимо. Немаловажен и имиджевый аспект участия в крупных ярмарках. В результате стоимость на участие в престижных ярмарках только растет. Не все галереи могут себе позволить активное участие в них. Бюджет западных галерей на участие в ярмарках может достигать нескольких сотен тысяч долларов в год. Поскольку коллекционеры, дилеры, художники устремили свои взоры к арт-ярмаркам, это дало последним большую власть и позволяет на правах крупных игроков диктовать условия, к которым галереи, как младшие соратники, должны прислушиваться. Кроме того, усложнять процесс участия в международных ярмарках могут вопросы связанные с условиями ввоза-вывоза произведений через национальные границы, высокие таможенные сборы и т.д.

К ярмарке в галерее начинают готовиться минимум за полгода. Учитывая, что новые работы популярных художников, как правило в дефиците, галереи вынуждены оставлять их для ярмарок. Ввиду стоимости участия в ярмарках галереи также более осторожны в поддержке новых имен и предпочитают не рисковать, работая с уже проверенными.

Изменились отношения художника и галереи. Многие художники, выбирая, с какой галереей сотрудничать, интересуются именно ярмарочной стратегией галереи. Работа с галереей кажется теперь художникам менее перспективной, они заинтересованы прежде всего в том, чтобы галерея представляла их на ярмарках. Выставочная и ярмарочная стратегии в одной и той же галерее могут различаться.

Главные направления в галерейной деятельности

Вид деятельности	Цель
Коммерческая	Проведение продаж работ галереи, выставленных на экспозиции и имеющихся в запасниках. Арт-консалтинг.
Репрезентативная	Демонстрация произведений художников галереи, организация проектов, выставок
Коммуникативная	Посредническая функция между потребителями и художниками, музеями, критиками, коллекционерами
Просветительская	Публикация выставочных буклетов, каталогов своих художников, проведение лекций и других мероприятий, направленных на популяризацию современного искусства
Экспертная	Проведение оценки эстетических свойств объектов искусства в призме экономических факторов, предупреждает появление на рынке непрофессиональных произведений искусства, выступая как гарант их качества

«Предварительная работа на этой ярмарке, безусловно, ведется. Люди, которые отбирают участников, собственно часто и ведут такую подготовительную работу, особенно учитывая особенности региона. Прошлогодний опыт нам, безусловно, очень помог, ты уже лучше чувствуешь людей. В этом году организаторы ярмарки, учитывая наши пожелания, уделили нам и больше времени, и больше внимания. Нас и больше знако-

мили с участниками, и рекомендовали. Коллекционер из Бангалора, который приобрел работы Никиты Алексеева, пришел к нам, посоветовавшись с куратором, прицельно. Он собирает графику, прочитал каталоги, попросил еще прислать. Так что это отправилось в хорошую коллекцию. Но бывает и так, что покупка происходит, если посетителя цепляет что-то на уровне интриги, импульса, будь то цвет, подпись или странная повеска, инсталляция, что угодно. Или бывает, что узнают имя художника, что-то читали о нем.

Художники понимают, что есть не только галерейная политика, но и ярмарочная, и поэтому никаких особенных обид нет. Ну, и мы, конечно, пытаемся на разные ярмарки возить разных художников. В этом году мы в Стамбул и в Болонью пытались возить совсем молодых, так что ярмарочная деятельность может быть разнообразной, это не только удел тяжеловесов.

Проблема еще в том, что русские художники недостаточно дорого стоят, а затраты велики. Получается замкнутый круг: если художник на международном рынке неизвестен, на него меньший спрос, его пока не узнают. Чтобы он стал известен, надо ездить и выставляться, что затратно — и стенды, и поездки. Российские художники не имеют пула международных коллекционеров и окупить ими очень сложно. Любая ярмарка — это затраты, и если работы вами не выкуплены и вы честно делитесь с художником — это сложноокупаемые процессы. Но если мы не будем возить современных российских художников, кто же это будет делать? Мы в этой истории участвуем потому, что у меня иностранный партнер, потому что мы многоязычные и хорошо понимаем западный менталитет и можем продвигать русское искусство за рубежом» — *из интервью Artandyou.ru с Екатериной Ираги, владелицей GALERIE IRAGUI об участии в ярмарке Art Dubai 2016.*

Баланс между коммерческой ориентацией и экспериментальностью

По сравнению с другими выставочными пространствами, такими как музеи, различные некоммерческие фонды, которых сегодня появляется все больше, выставки в галереях вынуждены балансировать между коммерческой ориентацией на продажи и экспериментальной направленностью. Современная публика ожидает от галерей знаковых экспериментальных выставок, но владельцу галереи необходимо также и продать то, что на выставке представлено. В этом смысле, галереям труднее быть самоокупаемыми. Кроме того, поскольку будни галерей во многом превратились в офисную рутину по подготовке к ярмаркам. А значит, выставки в галереях становятся менее экспериментальными, генерирующими новые тенденции.

> «Ведущие галереи начали принимать активное участие в топовых международных ярмарках, понимая свое участие в них как дополнительную пропаганду русского современного искусства. Именно в этот период появилась первая трещина между обществом, продолжавшим представлять себе галерейное пространство как место эксперимента, и новыми, «рыночными» задачами, вставшими перед представителями галерейного движения. Независимая критика, преподаватели ИПСИ и Школы им. Родченко, пресса, да и все арт-сообщество постепенно стали предъявлять галереям претензии в «коммерциализации», абсолютно не отдавая себе отчета в том, что галереи живут на самоокупаемости и по «правилам игры» хоть что-то должны продавать… Кризис, против ожидания прогрессивной критической мысли, не принес ничего нового, кроме практически тотального исчезновения мест-

ных коллекционеров (уехавших или замерших в ожидании политических перемен), инерции участия русских галерей в международных ярмарках и активизации фондов, выделяющих деньги на создание произведений художников и либо забирающих в качестве компенсации эти самые произведения, либо тихо эти произведения продающих. Таким образом фонды отчасти взяли на себя функции галереи — создавая произведения, причем на спонсорские или инвестиционные деньги (не оплачивая аренду и участие в ярмарках), с целью их последующей продажи, в отличие от типичных «галерей», не задействовавших денег со стороны» — *из открытого письма Елены Селиной, владелицы XL Gallery и XL Projects.*

Вопросы

1. Какие существуют виды сотрудничества галереи и художника?
2. Как в современных галереях соотносятся выставочная и ярмарочная стратегии?
3. Почему современные галереи вынуждены балансировать между коммерческой ориентацией и экспериментальностью своих выставок?

Дополнительные текстовые материалы

Импрессионизм и зарождение современного арт-бизнеса

К концу XIX века в Париже целые улицы были отведены под магазины искусства (улица Лафит, затем Ла Боэси), в которых торговцы активно боролись за покупателей. В условиях такой конкуренции необходимы были новые технологии репрезентации и раскрутки художников. Пионером и первопроходцем современной системы арт-менеджмента считается французский маршан Поль Дюран-Рюэль (The Gallery Durand-Ruel), поддержавший творчество таких художников, как Дега, Моне, Мане, Ренуар, Писсарро, Сислей. Важным открытием Дюран-Рюэля было то, что уже с 1869 года он начинает процесс фабрикования своего образа как человека «питающегося духом» (как впоследствии описывал его Эмиль Золя), для которого коммерция была неуместной побочной стороной. Покупатели стали доверять ему. Будучи заинтересованным в долгосрочной работе с художниками, он начал заключать эксклюзивные контракты с художниками, что было для тех времен необычно. С 1870-х годов Дюран-Рюэль планомерно добивался признания искусства импрессионистов: проводил их выставки в Париже, Лондоне, Брюсселе, Роттердаме и Нью-Йорке, чтобы включить импрессионистов в международный контекст; регулярно печатал аукционные и выставочные каталоги; привлекал на свою сторону максимальное количество критиков для написания лояльных заметок (среди них Золя, Дюранти, Кастаньяри); сам лично издавал два международных журнала об искусстве (La Revue internationale de l'art et de la curiosite (1869) и L'art dans le deux mondes (1890—1891), в которых создавал для импрессионистов благоприятное паблисити.

В организации выставочного пространства больше всех преуспел французский маршан Жорж Пти (1856—1920). Один из первых в Париже времен импрессионистов начал принципиально по-новому оформлять выставочное пространство. Клод Моне в 1882 году писал Дюран-Рюэлю о выставках в галерее Пти: «Принимая во внимание всю ту банальность и низкую ценность большинства картин, выставляемых у Пти, между тем едва ли можно поспорить с тем, что публика остается очарована и что она не осмеливается высказать ни малейшей критики, поскольку эти картины развешаны очень выгодно, ввиду роскошности помещения, что в комплексе выглядит очень красиво и впечатляюще для публики». Манеру организации пространства он перенял от лондонской галереи Grosvenor, которая в роскошной и помпезной манере предоставляла отдельно каждому художнику большое пространство, развешивая работы таким образом, чтобы подчеркнуть выгодные особенности художника и его творческого метода. Система, предложенная The Grosvenor Gallery, а затем The George Petit Gallery, с 1890-х быстро распространилась по Европе.

Другая знаковая фигура в кристаллизации профессии арт-менеджера Амбруаз Воллар (1866—1939), известный тем, что «открыл» таких художников, как Сезанн, Гоген, Пикассо, Матисс и Марк Шагал. В 1895 году Воллар выставляет 150 работ в рамках первой персональной выставки Сезанна. Воллар пишет: «Тогда моих скромных средств хватило как раз для того, чтобы показать их публике натянутыми на багет, приобретенный по цене два су за один метр». Финансовый успех был невелик — без проблем удалось продать лишь небольшие этюды по цене 10 франков за штуку, с картинами все складывалось менее удачно, но критика, пресса и публика стали активно обсуждать Сезанна. Моне в знак поддержки купил три картины, Дега одну или две.

Выставка представляла собой исчерпывающую картину творческого пути художника и его значения. Чутье Воллара не подвело, новая эстетика Сезанна, представленная публике впервые, поразила даже художников, его Воллару рекомендовавших. В 1897 году Воллар скупает все находившиеся на тот момент в мастерской. Работы он покупал по стоимости от 40—100 франков за штуку. В то время как картины Сислея тогда уже стоили по 2000 франков. Это было продолжением стратегии, внедренной еще Дюран-Рюэлем в середине века, — сделав имя художнику, дилер выкупил практически все его работы, став монополистом на рынке. После смерти Сезанна в 1907 году его работы стоили уже сотни тысяч франков. В начале XX века галерея Воллара также станет отправной точкой в карьере Пабло Пикассо и Анри Матисса.

Галерея Лео Кастелли. Нью-Йорк

С именем галериста Лео Кастелли (1907—1999) связаны самые радикальные течения 60—70-х годов — поп-арт, минимализм, концептуализм. Начав с абстрактного экспрессионизма и выставок уже признанных лидеров Поллока и Де Кунинга, Кастелли быстро сознает необходимость поиска новой ниши. В 1958 году он делает персональные выставки поп-арт-художников Роберта Раунешберга и Джаспера Джонса, которые стали знаковыми как для художников, так и для галериста. Кастелли сумел привлечь к выставкам обширное внимание СМИ, продать несколько работ MoMA, сформировать общую шумиху вокруг поп-арта, которое объявили новой волной американского искусства. В течение пары лет Кастелли показывет Уорхолла, Розенквиста, Лихтенштейна. Создав новый модный тренд в искусстве, Кастелли фактически поставил точку в эпохе абстрактного

экспрессионизма. Одной из наиболее весомых заслуг Кастелли стало то, что он всерьез настаивал на продвижении американского искусства в Европе. Используя имеющиеся у него обширные европейские связи, он пытался убедить европейских коллекционеров, что современное американское искусство — стоящая вещь. Поворотной точкой стало в 1964 году присуждение Золотого льва на тогда еще имевшей офис продаж Венецианской биеннале художнику Роберту Раушенбергу, интересы которого представляла галерея Лео Кастелли. Это констатировало признание американского искусства в истории искусства и превращение его в престижный объект арт-рынка. Европейские музеи стали покупать американское искусство, признавая его значение наравне с европейским.

Модель Кастелли, как и многих других успешных галеристов, заключалась в поиске и продвижении еще не известных художников. Хотя личная коллекция Кастелли, собранная им во время жизни в Европе, помимо прочего включала Кандинского и Матисса, он ни разу не выставлял их в своей галерее. Уже с 1960-х годов, после успеха поп-арта, Кастелли задает моду на минимализм и концептуализм, открыв таких художников, как Дональд Джадд, Джозеф Кошут, Класс Олденбург, Дэн Флафин и т.д

Кастелли один из первых стал выплачивать художникам стипендии (обычно галеристы платили проценты с продаж). Сегодня такая практика принята в многих крупных галереях. Ричард Серра говорил, что, когда Кастелли «открыл» его в 1963 году, он обещал ему гарантированные деньги в течение трех лет, даже если его скульптуры не будут продаваться. Такая тактика себя оправдала: введя в моду поп-арт, Кастелли стал зарабатывать на нем миллионы долларов ежегодно, а часть заработанных денег продолжал вкладывать в раскрутку новых художников и направлений. Особенностью бизнеса Кастелли было то, что

он практически не участвовал на вторичном рынке, покупая и перепродавая. Он занимался лишь первичной раскруткой и продажей своих художников, даже если потом другие дилеры зарабатывали на его художниках более крупные деньги. Но в целом, такое случалось редко, так как художники не хотели уходить от того, кто платит им стипендии независимо от продаж. В результате в 1990-е в его галерее праздновали 30-летие работы с Джеймсом Розенквистом, 25-летие работы с Брюсом Наумуном и т.д. Джаспер Джонс говорил, что счастлив, что не работал ни с одним другим дилером, кроме Кастелли.

Кастелли задал тренд мегагалерей, когда дилеры открывают масштабные пространства, привлекающие художников и впечатляющие коллекционеров. Интерьеры галереи Кастелли первоначально отличались от других в то время немногочисленных нью-йоркских галерей, очень просторными и светлыми пространствами и проходившими там светскими мероприятиями. Размах и влияние The Leo Castelli Gallery в Сохо (1971—1999) вдохновили других дилеров в 1980-е оборудовать под галереи просторные складские пространства поблизости. Благодаря Кастелли Сохо стал основной точкой на художественной карте Нью-Йорка. За годы существования с момента основания по сей день галерея переезжала по городу 8 раз, но, хотя Кастелли не открывал филиалов в других городах, он предоставлял права на продажу его художников другим дилерам в Штатах и в Европе. Тем самым Кастелли также предвосхитил и современную моду на международную галерейную экспансию. Кастелли практически всегда находился в своей галерее, на виду. Его бизнес никогда не шел при закрытых дверях, как это было в других местах. Очевидцы рассказывали, что он мог начать общаться с любым зашедшим в галерею, независимо от того, была ли перспектива продажи.

Чарльз Саатчи

Саатчи с 1992 по 1996 год проводит в своей галерее площадью 2 800 м^2 серию громких выставок под названием «Молодые британские художники». Как арт-менеджер, он один из первых применяет рекламные технологии и брендинг, используемые в потребительском маркетинге, в раскрутке имен художников, через СМИ. В начале 90-х ввиду экономической рецессии в Лондоне многие галереи терпели убытки и закрывались. Саатчи активно привлекал к анонсированию и поддержке своих выставок ведущие художественные издания, такие как *Art Monthly, Art Review, Modern Painters* и *Contemporary Art,* которые на фоне общего затишья на арт-сцене обрели новую жизнь. «Трейси Эмин, Дэмьен Херст, Энтони Гормли, Аниш Капур входят в список художников, которым непременно будет посвящена статья, если появится повод. Считается, что остальные публику не интересуют. Отчасти этим объясняется международный успех "Молодых британских художников", которых с самого начала активно поддерживала местная пресса»[38]. Используя свой авторитет, Саатчи также уговаривает посещать эти выставки Николаса Сероту — директора галереи *Tate* и известного британского куратора Нормана Розенталя.

МБХ, безусловно, подвергались серьезной критике за отсутствие мастерства и других художественных качеств. Тем не менее профессиональное сообщество, а также многие представители британской публики с большим энтузиазмом восприняли их искусство. Одной из причин этому стало то, что «Молодые британские художники» обновили и оживили почти все средства современного искусства, заметно увеличив число его поклонников. Они возродили новое поколение современных га-

[38] Бенаму-Юэ Ж. Цена искусства. — М.: Artmedia Group, 2008. С. 49.

лерей, таких как «Белый куб» Джея Джоплинга, галереи *Victoria Miro, Karsten Schubert, Sadie Coles, Maureen Paley's Interim Art, Antony Wilkinson Gallery*, а также стимулировали широкое распространение британских журналов об искусстве *Frieze, Art Monthly, Art Review, Modern Painters, Contemporary Art*. Журнал *Frieze* в 2000-е перерастет в одну из престижнейших мировых арт-ярмарок. Премия Тернера, известна сегодня как самая скандальная, на нее номинируется, как правило, самое радикальное искусство, регулярно включала МБХ среди номинатов. Лауреатами премии в разные годы были Рейчел Уайтреад (1993), Дэмьен Херст (1995), Дуглас Гордон (1996), Джиллиан Норинг (1997), Крис Офили (1998), Стив Маккуин (1999), Марк Валлингер (2007).

Само название «Молодые британские художники» задумывалось как бренд, объединяющий художников-постмодернистов, которых, кроме молодости, национальности, приверженности техникам современного искусства, больше почти ничего не объединяет. Они стали лицом британского искусства, как в свое время Альфред Барр и Дороти Миллер в Нью-Йоркском музее современного искусства сделали брендом «Американское искусство».

Позже Саатчи также один из первых обратит внимание на возможности Интернета для арт-рынка, создав одну из первых онлайн-платформ по продаже искусства.

Литература

1. Управление музеем. Практическое руководство / Под ред. Патрика Дж. Бойлана. ИКОМ, 2004. 230 с.

2. ФЗ О музейном фонде Российской Федерации и музеях в Российской Федерации.

3. Концепция развития Третьяковской галереи. 2016.

4. Методические рекомендации по повышению эффективности создания автономных учреждений культуры в субъектах Российской Федерации. Министерство культуры Российской Федерации. Москва, 2009.

5. Шляхтина Л. М., Фокин С. В. Основы музейного дела. СПб., 2000.

6. Теория и практика музейного дела в России на рубеже XX–XXI веков / Сост. Н. М. Полунина М., 2001. (Тр. / ГИМ. Вып. 127).

7. Лебедев А. В. Информационные технологии в музейном деле // Основы музееведения: Учебное пособие. М., 2005.

8. Музеи. Маркетинг. Менеджмент. М., 2001.

9. Бишоп К. Радикальная музеология, или Так ли уж «современны» музеи современного искусства? Москва: «Ад Маргинем Пресс», 2014. 96 с.

10. Русские художники на Венецианской биеннале, 1895–2013 [Текст] / [авт.-сост. Николай Молок]. Москва : Stella Art Foundation, 2013. 766 с.

ТЕСТ

1. Социокультурное посредничество включает в себя следующие составляющие:

A. Исследовательскую.

B. Коммерческую.

C. Идеологическую.

D. Все из вышеперечисленного.

2. Какое из следующих утверждений верно?

A. Куратор – это помощник, он подсказывает художникам, как лучше представить произведение.

B. Куратор – это координатор, он организует художественный процесс в рамках проекта.

C. Куратор – это творец, он создает общую художественно-эстетическую концепцию проекта.

D. Все указанные выше утверждения верны.

3. Когда появилась профессия арт-менеджера?

A. В XIX веке во времена импрессионистов.

B. В 20–30-е годы XX века совместно с появлением музеев современного искусства.

C. В 60-е годы XX века, когда Харальд Зееман запускает независимое агентство по организации выставок.

D. В 90-е годы XX века, когда Чарльз Саатчи применяет технологии потребительского маркетинга к продвижению художников.

4. Искусствоведческая, кураторская и критическая мысль:

A. Могут сочетаться в одном человеке.

B. Не должны сочетаться в одном человеке.

C. Могут сочетаться в одном человеке во время масштабных выставок.

D. Все вышеперечисленное верно.

5. Что из перечисленного не является институциональным способом представления художников?

A. Выставки в музее.

B. Выставки в галереях.

C. Паблик-арт.

D. Ничего из перечисленного.

6. Что определяет профессионально подобранную экспозицию произведений искусства, по мнению И.Э. Грабаря?

A. Размещение экспонатов в определенной системе хронологической, типологической и т.д.

B. Экспозиция не просто демонстрирующая, но объясняющая материал.

C. Шпалерная развеска произведений искусства.

D. Все вышеперечисленное.

7. Брайан О'Доэрти пишет в своей статье 1969 года: «Галерея строится по законам столь же строгим, как средневековая церковь. Присутствие случайного объекта мебели или ваше собственное тело кажутся там лишними, вторгнувшимися на территорию». О каком способе организации пространства идет речь?

A. Шпалерная развеска.

B. Белый куб.

C. Совокупность галерейного пространства как часть произведения.

D. Абстрактный кабинет.

8. Проуны («ПРОЕКТЫ УТВЕРЖДЕНИЯ НОВОГО») объемно-пространственные композиции, объединяющие возможности плоскости и объема были изобретением:

A. Марселя Дюшана.

B. Эля Лисицкого.

C. Казимира Малевича.

D. Альфреда Барра.

9. Музеи современного искусства впервые появились в:

A. В СССР.

B. В США.

C. Во Франции.

D. В Германии.

10. Что из перечисленного является актуальным трендом в музейных выставках?

A. Применение новых технологий.

B. Временные выставки.

C. Современное искусство в классическом музее.

D. Все из перечисленного.

11. Вершиной карьеры независимого куратора считается курирование проекта в:

A. Музее.

B. На биеннале.

C. На международной арт-ярмарке.

D. Все из вышеперечисленного.

12. Что из перечисленного является субъективным фактором, влияющим на эффективность фандрайзинга?

A. Экономическая ситуация в стране.

B. Государственная политика.

C. Наличие/отсутствие традиций спонсорства.

D. Профессионализм кадров.

13. Какого из следующих утверждений стоит придерживаться в работе со спонсорами?

A. Спонсорский взнос – это безвозмездная помощь.

B. Основная проблема моей организации – отсутствие денег.

C. Мне обязаны помогать.

D. Никакое из перечисленных.

14. Фандрайзинг может включать:

A. Финансовую поддержку.

B. Кадровое обеспечение.

C. Товары или услуги.

D. Все из вышеперечисленного.

15. PR выставочного проекта необходим для:

A. Создания узнаваемого имиджа, бренда художника, куратора.

B. Привлечения спонсоров и партнеров.

C. Формирования каналов общения с целевой аудиторией.

D. Все из вышеперечисленного.

(Верный ответ – 1 балл, неверный ответ – 0 баллов, сумма баллов по всем вопросам является оценкой).

ОБ АВТОРЕ

КАРЦЕВА Екатерина Александровна. Кандидат культурологии. Доцент кафедры Маркетинга и рекламных коммуникаций Московского международного университета (ММУ). Основатель и главный редактор портала о культуре и искусстве Artandyou.ru.

Сфера научных интересов: художественные коммуникации и культурологические аспекты арт-рынка, история и кураторство художественных выставок.

Научная деятельность: В 2009 году грантополучатель Министерства образования и науки в рамках ФЦП «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России на 2009-2013 годы». На основании проведенного в рамках гранта исследования в 2011 году на кафедре культурологии ИППК МГУ им. Ломоносова защитила диссертацию «Культурологический анализ форм продвижения художника на арт-рынок» (под фамилией Долганова), получив ученую степень кандидата культурологии. Автор нескольких десятков публикаций.

Кураторские проекты:

2017 — куратор выставки «Московские отражения» (сентябрь 2017) и сокуратор паблик-арт проекта «Неустойчивые равновесия» (апрель 2017) в атриуме Московского международного университета, направленных на объединение образовательной среды и современного искусства.

2013 — куратор выставки «400-летие дома Романовых», Волхонка Гранд, храм Христа Спасителя, Москва.

2012 — куратор VI Международного кинофестиваля о жизни людей с инвалидностью «Кино без барьеров». К-р «Октябрь», К-р «Художественный».

2012 — куратор социального арт-проекта «Человейник. New look», объединившего выставку современного искусства, посвященную толерантности и круглый стол-дискуссию при поддержке бюро ЮНЕСКО в Москве, ЮНЭЙДС, Общественной палаты, Сахаровского центра и др. НКО. Галерея Photohub Manomentr, ЦД ARTPLAY.

2011 — сокуратор выставки «Легенды Голливуда. Светская хроника 50—60-е», галерея Fotoloft, ЦСИ «Винзавод». В партнерстве с Q-Gardens Gallery, New York.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 3

ГЛАВА 1. ХУДОЖЕСТВЕННАЯ ВЫСТАВКА КАК КУЛЬТУРНЫЙ ФЕНОМЕН 5

Художественная выставка как элемент социализации искусства 5

Классификация художественных выставок 8

Художественная выставка в современных контекстах 9

Художественная выставка как проект творческий и как коммерческий 14

Вопросы 19

Дополнительные текстовые материалы 20

Художественные выставки в Древней Греции 20

Выставки французских Салонов XVII–XIX вв. 21

Первая в истории искусства моновыставка художника-провокатора Гюстава Курбе 22

Первая выставка передвижников 1871–1872 гг. 25

Первая выставка импрессионистов 1874 г. 29

ГЛАВА 2. ХУДОЖЕСТВЕННАЯ ВЫСТАВКА КАК ОБЪЕКТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ 32

Социокультурное посредничество 32

Выставка как сфера деятельности экспертного сообщества 35

Художественная выставка как часть арт-бизнеса 39

Взаимодействие различных форм социокультурного посредничества 41

Этапы реализации арт-проекта 44

Вопросы 45

ГЛАВА 3. ГОСУДАРСТВЕННОЕ УЧАСТИЕ В ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ 46
Взаимоотношения власти и искусства 46
Государство как заказчик художественных выставок 52
Современная российская культурная политика 53
Вопросы 56
Дополнительные текстовые материалы 57
«Бульдозерная выставка» 15 сентября 1974 г. 57
Выставка «Дегенеративное искусство» 1937 г. 58
Выставка «RUSSIA!» в Музее Гуггенхайма. Нью-Йорк. 16 сентября 2005 г. — 12 января 2006 г. 61

ГЛАВА 4. КУРАТОРЫ И АРТ-МЕНЕДЖЕРЫ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ВЫСТАВОК. ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ ЗАДАЧ 64
Специфика деятельности куратора и арт-менеджера 64
Критерии оценки эффективности проекта 71
Личные качества куратора 71
Функции куратора 73
Куратор-творец 74
Критика института кураторства 77
Художники в роли кураторов 78
Современные российские художники-кураторы 80
Взаимодействие куратора, арт-менеджера и художника 83
Вопросы 85
Дополнительные текстовые материалы 86
Кураторская деятельность Марселя Дюшана. Международная выставка сюрреалистов. 1938 86
Первое независимое агентство по организации выставок Харальда Зеемана 89
Куратор Жан-Юбер Мартен и его кураторский принцип «против исключения» 90

Куратор Ханс-Ульрих Обрист 91
Ретроспектива Андрея Бартенева «Скажи, я тебя люблю». Московский музей современного искусства. 30 сентября — 22 ноября 2015 91
Литература 94

ГЛАВА 5. ВЫСТАВКИ В МУЗЕЯХ 95
Виды музейных выставок 97
Понятие экспозиции 99
Компетенции и специфика деятельности музейного куратора 100
Современный музей и вызовы, с которыми он сталкивается 104
Музейный менеджмент 106
Вопросы 112
Литература 113
Дополнительные текстовые материалы 114
Выставочная программа ГТГ 2016 г. 114
Пополнение коллекции ГТГ. (Из документа концепции развития Третьяковской галереи 2016 г.) 116
Тетрис, Пакмен, Боинг-747 в коллекции MoMA 117

ГЛАВА 6. СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ МУЗЕЙНЫХ ВЫСТАВОК 118
Временные выставки 118
Новые технологии в музейных выставках 121
Современное искусство в классическом музее 123
Вопросы 126
Литература 126
Дополнительные текстовые материалы 127
Выставка «Валентин Серов. К 150-летию со дня рождения». ГТГ 127
Применение технологии i-beacon в музее Рубенса 130

«Ян Фабр: рыцарь отчаяния, воин красоты». Рыцарский зал Нового Эрмитажа. 21 октября 2016 — 9 апреля 2017. Куратор: Дмитрий Озерков 132

ГЛАВА 7. ФЕНОМЕН МУЗЕЕВ СОВРЕМЕННОГО ИСКУССТВА 134

Американская модель музеев современного искусства 134

Европейское институциональное курирование второй половины XX века 136

Музей Стеделейк и Вильгельм Сандберг 137

Вопросы 138

Литература 138

Дополнительные текстовые материалы 139

The American Shows MoMA. 1950-е гг. 139

Выставка «Когда отношения обретают форму: работы, концепции, процессы, ситуации, информации». Музей Берна. 1969 г. Куратор: Харальд Зееман 140

Выставочная трилогия «Париж—Нью-Йорк», «Париж—Берлин», «Париж—Москва». Центр Жоржа Помпиду. 1977—1981. Куратор: Понтюс Хюльтен 142

ГЛАВА 8. БИЕННАЛЕ 143

Биеннальная культура 143

Структура менеджмента и специфика кураторской работы на биеннале 146

Критика биеннального движения 148

История Венецианской биеннале 149

Русский павильон на Венецианской биеннале 151

Московская биеннале современного искусства 155

Вопросы для самопроверки 156

Дополнительные текстовые материалы 157

Документа V. 1972 г. Куратор Харальд Зееман 157

ГЛАВА 9. ВЫСТАВКИ НА ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ЯРМАРКАХ 159
Явление и виды художественных ярмарок 159
Менеджмент и специфика кураторской работы на арт-ярмарках 162
Вопросы 165

ГЛАВА 10. ВЫСТАВКИ В ГАЛЕРЕЯХ 165
Художественные галереи как культурный феномен 166
Современная художественная галерея и структура ее управления 167
Разновидности сотрудничества художника и галереи 168
Выставочная стратегия галереи 170
Главные направления в галерейной деятельности 173
Баланс между коммерческой ориентацией и экспериментальностью 175
Вопросы 176
Дополнительные текстовые материалы 177
Импрессионизм и зарождение современного арт-бизнеса 177
Галерея Лео Кастелли. Нью-Йорк 179
Чарльз Саатчи 182
Литература 184

ТЕСТЫ 185

ОБ АВТОРЕ 189

Екатерина Александровна Карцева

ВЫСТАВОЧНОЕ И ГАЛЕРЕЙНОЕ ДЕЛО

Учебное пособие

Ответственный редактор *Светлана Суворова*
Дизайн обложки *Наталья Рожко*
Верстка *Александра Кренделева*
Корректор *Галина Барышева*

Издательство «Директмедиа Паблишинг»
117342, Москва, ул. Обручева, 34/63, стр. 1
Тел./факс: +7 (495) 334-72-11
E-mail: manager@directmedia.ru
www.biblioclub.ru

Отпечатано в типографии

Подписано в печать 14.12.2018.
Формат 60×90/16. Печать офсетная.
Бумага мелованная. Усл. печ. л. 12,25
Заказ №

2019 год