

ART AKTIVIST

Журнал

Спецредакторы

Медиатека

Сообщество

— Самарская Анна

Кто такой потребитель современного искусства?

Jun 4, 2011 0 702

Круглый стол в рамках проекта «Vis-à-vis. Актуальные диалоги».

Модератор: Анна Самарская, культурный аналитик.

Участники: Ольга Рыбчинская, Ольга Архипова, Валентина Киселева, Константин Мужев, Оксана Жгировская, Игорь Корзун и другие.



Анна Самарская: Сегодня, в рамках рассматриваемой темы, мы остановимся на нескольких вопросах, сконцентрированных вокруг белорусского опыта. Во-первых, что сегодня предоставляется потребителю в качестве современного искусства (здесь мы затронем институциональный вопрос, т.е. то, каким образом минские музеи формируют коллекции). Во-вторых, зачем современному человеку нужно знакомиться с современным искусством.

Сейчас я хочу обратиться к экспертам. Как происходит отбор произведений? Какие авторы входят в коллекцию, почему?

Ольга Рыбчинская (искусствовед, представитель Музея современного изобразительного искусства): К нам приходят художники, пишут заявки на участие. В конце года, обычно в ноябре, совет принимает решение о включении работ в коллекцию и проведению персональных выставок.

Анна Самарская: Мы можем говорить, что присутствует административная линия в принятии этих решений?

Ольга Рыбчинская: По-моему, это достаточно распространенная практика. При любой галерее, центре, музее есть совет, который принимает решения. Здесь вопрос заключается в другом, а именно: на основе каких критериев и позиций принимается то или иное решение?..

РУБРИКИ

news обзор (6)
 активизм, закон, цензура (31)
 арт-институции (11)
 архитектура, охрана памятников (3)
 Без рубрики (1)
 белорусский авангард (5)
 гендер, феминизм, квил (23)
 дискуссии (9)
 заслуженный работник культуры (2)
 издания (11)
 институциональная критика (7)
 интервью (46)
 итоги (15)
 круг интересов (2)
 кураторское дело (3)
 лекция (7)
 манифесты, акты, декларации (7)
 материалы па-беларуску (16)
 международный опыт (26)
 некролог (3)
 общество (10)
 опрос (5)
 перформанс (5)
 письмо редактора (3)
 портфолио (4)
 реакции, наблюдения, тенденции (40)
 события, выставки (53)
 стрит-арт, паблик-арт (10)
 текст художника (7)
 терминология (7)
 фотография (16)
 художники (38)
 школа критики (3)

Анна Самарская: Аналогичный вопрос у меня будет к Ольге Архиповой, представителю национального художественного музея. Здесь нужно принимать во внимание, что художественный музей — это не музей современного искусства, но там проводятся выставки и в рамках этой темы. Как происходит отбор произведений, и на какую аудиторию вы при этом рассчитываете?

Ольга Архипова (представитель Национального художественного музея): У нас такая же процедура, как и в музее современного изобразительного искусства. Приходят заявки, которые рассматриваются советом. Несмотря на то, что мы являемся Национальным художественным музеем, большинство выставок — это выставки современных белорусских художников. В нашей коллекции живописи XX века более трех тысяч экспонатов, среди которых очень маленькое количество картин, написанных в «независимый» (с 90-ых годов) период Беларуси. Сейчас проходит республиканская выставка «Земля под белыми крыльями» (круглый стол проходил в октябре 2010 года — прим. А.), которая изначально позиционировала себя как выставка современного белорусского искусства. Выставка формировалась в основном из фондов, но были и работы из мастерских. Особое место на выставке было отведено народным художникам, лауреатам государственных премий. А это, конечно, старшее поколение. Это художники, расцвет творчества которых приходился на 60-70-ые годы. И, конечно, в нашем контексте говорить, что это современные, новые процессы в изобразительном искусстве, не приходится. Это скорее спектр показа того, что у нас происходит на современном этапе в рамках классической формы изобразительного искусства.

Анна Самарская: Я бы хотела сейчас обратиться к представителю «альтернативного лагеря», галереи современного искусства «Ў», Валентине Киселевой. По какому критерию вы отбираете экспонаты для своих выставок?

Валентина Киселева (директор галереи современного искусства «Ў»): Поскольку наша галерея частная, мы руководствуемся прежде всего нашими частными симпатиями. Мы создали при галерее экспертный совет, куда входят искусствоведы, художники, философы. Но собирается он нечасто. Был сбор только в начале работы нашей галереи, мы обсуждали план выдвижения работ тех или иных художников. Тем не менее, главный критерий для отбора — это личный выбор людей, которые здесь работают. Конечно, галерею нужно поддерживать, содержать. И у нас есть опыт, когда нам предлагают проекты. Например, недавно был проект «Картина маслом» при поддержке Liqui Molly. Это была их идея, однако оформлением и презентацией занимались наши кураторы.

Анна Самарская: Вырисовывается такая тенденция, что во всех институциях есть некоторая закрытая группа людей, экспертов, которые определяют, что есть современное искусство.

Валентина Киселева: У нас это скорее спонтанные обсуждения. Современное искусство — это зыбкий слой в Беларуси. Для нас главный критерий отбора — это некий художественный продукт, который содержит интересную идею. Идею, которая цепляет. Также важна техника, как все это преподносится. Для нас не столько интересны персональные выставки, сколько коллективные. В последних всегда прослеживается общая тема.

Для того, чтобы как-то выживать, мы должны все время пробовать новое, экспериментировать. В октябре нашей галерее исполнится год, и будет день публичной казни нашей галереи. Мы будем выслушивать все публичные претензии и обвинения в наш адрес. Это очень важно для того, чтобы понять, как мы работали этот год и чего нам не хватает. После этого будет опять собран экспертный совет для того, чтобы скорректировать направление нашего развития. Для нас работа галереи — это эксперимент в чистом виде. Когда нет конкуренции, все это не просто. Приходит много заявок, и сложно со всем этим разбираться. Коллектив галереи не очень большой. К тому же, галерея не зарабатывает достаточного количества денег, чтобы приглашать зарубежных кураторов. Хотя эта идея у нас озвучивается часто. Важно также проходить практику в подобных зарубежных институциях.

Анна Самарская: Мы замечаем, что во всех случаях искусство не предстает перед потребителем в голом виде. Всегда есть набор посредников, через которых осуществляется презентация. Это те агенты, которые решают, что будет выставляться, и те, которые придают смысл произведению. У нас в Беларуси терется определенный слой в цепочке — это кураторы, критики, т.е. люди, которые представляют «массам» художественный продукт. Мы говорим, что эти люди формируют то, что мы называем современным искусством. Как же быть в ситуации, когда этот слой людей отсутствует, как в Беларуси?

Ольга Архипова: Отсутствует пласт независимых критиков, мнением которых мы могли бы руководствоваться при формировании содержания наших музеев. Вы говорите про каких-то агентов. Никаких агентов у нас нет. Все решается сотрудниками музея.

Анна Самарская: В этом случае сотрудники музея становятся такими агентами.

Ольга Архипова: Вряд ли. Коллекция музея формируется на основе выставок, которые проходят в республике. С одной выставки мы можем выбрать одну единственную картину, которая будет помещена в коллекцию. Плюс, на выбор художника одна картина может быть подарена. В основном, мы формируем выставки из наших фондов.

Анна Самарская: Давайте вернемся к теме нашего сегодняшнего разговора. Чем руководствуется потребитель современного искусства? От чего отталкивается потребитель в понимании, что есть современное искусство.

Константин Мужев (скульптор, перформер): Ни от чего. У меня есть знакомый человек, у которого много денег. У него пять домов, и он идет на аукцион потому, что ему нужно что-то на стену повесить. И ему все равно, что там нарисовано. Он пойдет и купит самую дорогую картину просто потому, что это престижно. Хотя это может быть полнейшее говно. Никакого критерия современного искусства у наших людей нет вообще.

Анна Самарская: Все равно, в этом случае человек ориентируется на товарную стоимость.

Константин Мужев: Я вам сейчас вкратце расскажу свою позицию. После войны группа людей собрала институт, окончила его, потом у них начали подрастать дети. Они также собрали какую-то группу. И им было невыгодно существование слоя кураторов и искусствоведов. Им надо было продать свою личную живопись — хорошая она или плохая — не важно. И чтобы их дети тоже продавали свою. Все, что их дети будут делать, то и будет называться современным искусством. Никто не хочет, чтобы такие образования, как галерея «У», шли дальше. В определенный промежуток времени, скажем, с 80-х (у нас все тормознуто), появились какие-то люди, которые начали двигаться в правильных направлениях. И эти ребята начали их подавлять, потому что они почувствовали, что могут потерять бразды правления. Это зависит не от кураторов и критиков, а от группы лиц, которые пишут картины. Они решают, какие будут выставки проходить. И не надо тут сказки рассказывать. Все это известная фигня изнутри.

Ольга Архипова: Действительно, художники сами принимают решения о выставках, сами себе менеджеры, кураторы и экспозиторы.

Константин Мужев: Тем ребятам, которые в мыслях пошли дальше этой династии, придется очень тяжело, или им придется свалить. Происходит тотальное выравнивание. То, что есть сейчас у нас, — это не современное искусство. Люди нарисовали в 2000-ом году то, что делали в 50-е, и назвали это современным искусством.

Искусство нужно для того, чтобы человек куда-то шел, чтобы он не стоял на месте. Искусство — это развитие. А этой стране развитие невыгодно.

Анна Самарская: Как же формируется потребитель современного искусства, или, в данном случае, как он не формируется? Возможно, упомянутые Константином институции ориентированы на обывателя, который и потребляет эти березки, козликов, бабушек.

Константин Мужев: Галерея «У» — это первый шаг к тому, чтобы современное искусство здесь как-то жило. У нас в стране есть какой-то 0,00001% людей, у которых есть мозги, деньги, которые как-то ворочаются. Мы здесь рассуждаем о каких-то массовых вещах, но на самом деле это мизер. Это точечные явления.

Анна Самарская: Но все-таки какой-то свет есть. Может, сейчас нам стоит подумать, как развивать это точечное явление и наращивать проценты людей, заинтересованных в современном искусстве? За счет чего это может происходить? Во-первых, за счет увеличения агентов, которые могли бы производить смыслы в этой области (кураторы, критики). Есть ли у вас еще предложения, как это можно сделать?

Неизвестный: Нужна соответствующая раскрутка. Раскруткой занимаются искусствоведы и журналисты. Если вы пригласите искусствоведов и журналистов, заинтересуете их — значит, вы продадите товар.

Анна Самарская: То есть пиаром должны заниматься медиа.

Неизвестный: Конечно. Необходимо также проводить семинары, в том числе и для школьников. Нужно не навязывать, но формировать художественный вкус.

Ольга Архипова: Действительно, образовательная функция очень важна. Основная масса наших посетителей — это школьники. И они ходят в основном по базовой экспозиции. Что касается наших вкусов, то, как вы понимаете, они остановились даже не на 30-ых годах, а на искусстве передвижников, вторая половина XIX века. Это до сих пор остается главным эталоном. И даже на нашей республиканской выставке, на которой представлены работы более 200 художников, только один пользуется популярностью, им постоянно интересуются и хотят приобрести его работы. И это, конечно, все то же реалистическое искусство классического образца. И вы понимаете, что происходит? 150 лет прошло, а вкусы и мнения посетителей не изменились.

Ольга Рыбчинская: На выставки приходят школьники, и у них нет никакого background'a. В школе МХК уже нет. Современное искусство — это сложное явление. И если нет основ, как можно идти дальше?

Ольга Архипова: Ко мне подходил ребенок и спрашивал: «Я видел такие картины, на них наляпано-наляпано, и стоит это миллион долларов. Вы можете это объяснить?». Для них это непонятно.

Игорь Корзун (художник): Я хочу возразить. Мы возмущаемся тому, что у нас в школах не преподают мировую художественную культуру. Но скажите, где ее преподают? Когда я учился во Франции, в школе современного искусства, мне нужно было сдать экзамен по современному искусству. Мне показали энциклопедический справочник, не учебник. Выглядел он для меня чудовищно. Это был огромный том, около 900 страниц. На каждом развороте 3-5 авторов. И об этом всем нужно было докладывать на экзамене. Я спросил у своих сокурсников, как это можно выучить? Мне ответили: какой дурак это учит? Это же известно и так. А откуда это известно? В школе этому никто не учил. Все зависит от того, в каком информационном пространстве мы живем. В любом обществе это дело рук самих утопающих. Не на кого сетовать.

Оксана Жгировская (искусствовед): На Западе вся культурная жизнь органично вписывается в жизнь города. У нас такого нет. У нас существует точечность. Я не вижу никаких проблем в том, чтобы сами художники и кураторы делали проекты, которые бы проходили не только в галерейном пространстве (это просто физически не всегда возможно), это могут быть мастерские или что угодно другое. Давайте об этом информацию — через галерею, через интернет-источники — для того, чтобы это стало времяпровождением горожанина. Это действительно наше дело. Художники, кураторы просто должны оторвать свои попы, пойти и сделать все это. Не надо ждать, пока тебя пригласит галерея. Галерея — это частное пространство, и есть много желающих выставиться. Не надо рассчитывать только на галерею, можно обратиться с другими художниками и сделать проект в квартире. Современное искусство по сути социально. Мы сами должны формировать потребителя.

Анна Самарская: И все равно пока это остается на уровне междусобойчика. Как выйти на этот городской уровень?

Оксана Жгировская: Постепенно. Сразу преодолеть этот разрыв в 150 лет не получится. К тому же, современное искусство — все равно не массовая вещь. Но оно должно быть доступно. Речь идет о коммуникационных моментах. Если понимание современного искусства сравнить с языком, то нынешние посетители выставок уже пытаются строить простые предложения, но еще не понимают сложносочиненные. Им интересно. Задача искусствоведов — проводить дискуссии со зрителями, делать язык современного искусства понятным для посетителей.

Анна Самарская: Мы можем сказать, что интенции присутствуют, но не хватает *background'a*, с одной стороны, и нет посредников, которые могли бы растолковать, с другой стороны.

Оксана Жгировская: Не все так плохо. Например, когда я была на выступлении театра «D.O.Z.S.K.I.», я была счастлива видеть весь этот заполненный зал, видеть интерес в глазах пришедших.

Анна Самарская: Может, это потому, что идет постоянная массивированная реклама «D.O.Z.S.K.I.», т.е. в каком-то смысле нам навязывается, что это нужно посмотреть.

Константин Мужев: Любой продукт навязывают. Зубная паста, туалетная бумага, памперсы... Все навязывают. Здесь тоже самое, только в интеллектуальной сфере. Нужны кураторы, которые подойдут и навяжут. По-другому не бывает.

Неизвестный: Люди должны не просто приходить, смотреть на работы и слушать мнения искусствоведов. Молодых людей привлекает прежде всего тусовка. Это должно быть сопряжено с соответствующей атмосферой, музыкой, общением.

Константин Мужев: И в этом тусняке должны быть спрятаны искусствоведы и кураторы, которые все расставят по местам. Должна быть цепная реакция. Это должно идти на телевидение. Даже так: пусть люди приходят в офис, кидают флаеры на стол и говорят: приходите, вам это нужно, пока вы не засохли окончательно. Привлечь нашего человека, который уже в пятницу «заливается», сложно.

Неизвестный: Сегодня важную роль играют интернет-СМИ. Сейчас скорее поверят таким медиа, чем «Вечернему Минску». И цепная реакция там идет гораздо быстрее.

Анна Самарская: Действительно, успех мероприятия во многом заключается в правильной рекламе через социальные сети.

Давайте же подведем итог. Для того чтобы понимать современное искусство, необходим knowledge production, т.е. постоянное производство знаний о том, что есть современное искусство и как с ним можно обращаться. Недостаточно этого knowledge production и в самих институциях современного искусства. Круглые столы и лекции проходят, но не получают должного резонанса.

Поэтому потребитель искусства остается в рамках комфортного для него традиционного поля, где все понятно и не надо задавать вопросы.

Звучала мысль о том, что потребитель должен сам выйти на уровень самообразования. Но здесь встает вопрос, захочет ли он образовываться в условиях постоянной нехватки времени?

Мы также говорили о том, что современное искусство должно быть интегрировано в городскую среду, мы должны навязывать современное искусство как форму досуга. Когда на выходных городские жители едут, если не на природу, то на биеннале. Когда это модно — быть культурным человеком и знать, что происходит на сцене современного искусства. И важную роль здесь играют СМИ как пропаганда такой моды.

Источник: www.kyky.org

0

Нрави:

Читать по теме:

[дискуссии](#) [анна самарская](#) [валентина киселева](#) [галерея современного искусства "у"](#) [игорь корзун](#)
[константин мужев](#) [оксана жгировская](#) [ольга архипова](#) [ольга рыбчинская](#)

[Предыдущая публикация](#)

[Следующая публикация](#)

Комментарии: 0

Сортировка Самые старые

Добавьте комментарий...

[Плагин комментариев Facebook](#)

Добавить комментарий

Имя *

Email *

Сайт

Комментировать

[О проекте](#) [Facebook](#)
[Партнеры](#) [Twitter](#)
[Реклама](#)
[Контакт](#) [RSS](#)