

Сёння слова "піяр" зразумела амаль кожнаму чалавеку. Як зразумела і тое, што без асаблівых дзеянняў піяршчыкаў любому праекту – музычнаму, тэатральнаму, рэжысёрскаму, цяжка будзе знайсці сваё месца ў сэрцах глядачоў і слухачоў. Вучаць піяру ў многіх вышэйшых навучальных установах: Інстытуце журналістыкі БДУ, Мінскім дзяржаўным лінгвістычным універсітэце, Інстытуце сучасных ведаў імя Шырокага і інш. Існуе таксама і шэраг курсаў, дзе рыхтуюць менеджэраў у розных сферах. А дзе рыхтуюць арт-менеджэраў – спецыялістаў, неабходных нашаму мастацтву, як жывая вада ў сонцапёк?

Да нядаўняга часу такую спецыяльнасць можна было атрымаць толькі за мяжой. Больш за дзесяць гадоў таму ў Беларускім дзяржаўным універсітэце культуры і мастацтваў на факультэце культуралогіі і сацыяльна-культурнай дзейнасці адкрылася новая спецыяльнасць "Менеджэр-культуралаг". У нашай краіне першым і да гэтага часу адзіным чалавекам, які пачаў рыхтаваць такіх спецыялістаў, стаў Фёдар Адамавіч ЯСТРАБ, мастак, загадчык галерэйна-экспазіцыйнага комплексу Нацыянальнай бібліятэкі Беларусі, куратар шматлікіх міжнародных выстаў у Беларусі і за мяжой.

**Мастак, загадчык галерэйна-экспазіцыйнага комплексу Нацыянальнай бібліятэкі Беларусі Фёдар ЯСТРАБ:**

## "Здзівіць сёння кагосьці вельмі складана, і зрабіць гэта можа толькі прафесіянал"

– Фёдар Адамавіч, вы чалавек з багатым вопытам у галіне мастацтва. Упэўнена: як арганізатар шматлікіх выстаў вы можаце дакладна расказаць пра тую працэсу, што назіраюцца ў мастацтве на сучасным этапе.

– Хтосьці з нашых мастакоў пайшоў услед за еўрапейскімі працэсамі, хтосьці, наадварот, прынцыпова выступае за захаванне традыцыйнасці свайго мастацтва. Але без засваення новага немагчымы рух наперад. Сляпое служэнне традыцыі вядзе да стагнацыі, якая ў сваю чаргу прыводзіць да маргіналізацыі. Мы аказваемся на ўзбочыне, як кажуць, з'язджаем з каляіны. Такім чынам, трэба рухацца, трэба шукаць новыя формы. Мастацтва – гэта своеасаблівая гульня. Гульня з колерамі, гульня з пластыкай, гульня з нейкімі новымі формамі, з адчуваннем сябе ў мастацтве, з адчуваннем мастацтва ў сабе.

– На мой погляд, вы самі аматар абстрактнага мастацтва. Ці так гэта?

дзіць баярыня Марозава з шырока разведзенымі ў бакі рукамі і ў кайданах. Зразумела, што не было такіх кайданоў, каб можна было б так рукі развесці. Тым не менш мастак пайшоў на свядомае парушэнне дакументальнай праўды. Ён зрабіў вельмі шырокія кайданы, але гэтым па-сапраўднаму выказаў і боль, і адчай, і характар гэтай жанчыны.

– Шмат беларускіх мастакоў стаіць перад дылемай: тварыць сапраўднае мастацтва (больш цяжкі шлях) ці пісаць па шаблоне (лёгка шлях). Як вы да гэтага ставіцеся?

– Многія мастакі адыходзяць ад высокіх ідэалаў у мастацтве, ад пошуку сябе ў ім і пераходзяць на больш ясную, дакладна акрэсленую лінію камерцыялізацыі. Хочаш жыць – пішы тое, што падабаецца публіцы, а не тое, што падабаецца табе. Шкада, што такое адбываецца, але так заўсёды было. Ды і ў будучыні будзе. Пісалі, як кажуць, "камбінатаўскія" рэчы. Па сутнасці, выконвалі чыста рамесніцкую працу. Вялікіх дасягненняў у гэтых работах, канечне, мала. Я ду-



рымліваюць прызнанне толькі пасля смерці...

– Так раней, магчыма, і было. Але час схільны разбураць міфы. Не прызнаны сёння пры жыцці наўрад будзе прызнаны пасля смерці. Чаму? Калі чалавек не патрапіў у арт-рынак пры жыцці, то наўрад ён зможа патрапіць туды потым. Можа, яго спадчына і пападзе ў рукі якога-небудзь дылера, а той на гэтым захоча зарабіць, таму што ўбачыць нейкую арыгінальнасць, але гэта адзіны выпадак з дзесяці тысяч, таму трэба старацца пры жыцці рабіць справу. Трэба тварыць, але трэба ўмець і пазіцыяніраваць сябе. У нашым мастацкім асяроддзі не створана такая інфраструктура, якая б дапамагала мастаку. На Захадзе гэта добра распрацаваны інстытуцы, арт-агенцтвы, галерэі. У тым жа Берліне толькі за апошнія тры гады адкрылася 400 галерэй, а колькі іх у Мінску? 15, і тыя ледзь-ледзь дыхаюць. Паўнаважныя камерцыйныя галерэі іх нельга назваць, мы яшчэ не тое што ў пачатку, я б сказаў, што ў

рынак: асаблівасці і праблемы", "Пабудова выставачнай прасторы", "Псіхалогія арт-рынку", "Менеджмент у галерэйнай справе" і "Маркетынг у арт-бізнесе". Гэта тыя асноўныя кірункі, па якіх мы працуем. Але галоўнае, канечне, практыка. Мы са студэнтамі штогод стараемся ажыццявіць некалькі праектаў. Я хачу, каб будуючыя спецыялісты праходзілі ўвесь шлях: ад ідэі да рэалізацыі. Я ж толькі падштурхоўваю іх да справы. А скажам, на 4-м курсе ў нас праводзяцца своеасаблівыя дзелавыя гульні, звязаныя з арт-бізнесам. Спачатку вывучаем тэорыю праектаў, а потым спрабуем стварыць праект самі.

– Як гэта адбываецца?

– Разбіваю курс на некалькі груп. Кожная з іх – своеасаблівае мазгавое бюро. Мы прыдумваем, распрацоўваем розныя праекты, часам самыя неверагодныя. Выбіраем студэнцкае журы, якое ў сваю чаргу распрацоўвае свае крытэрыі ацэнкі і ацэньвае. Дарэчы, лепшыя праекты мы, як правіла, ажыццяўляем, напрыклад, праект Алы Разумавай "Святло Байканура" або "Энергія колеру" Юліі Ніціёўскай.

– Чым яшчэ вы і вашы студэнты парадвалі наведвальнікаў выстаў у Нацыянальнай бібліятэцы ў гэтым годзе?

– Мы зрабілі сацыяльны праект "Праменьчык сонца". Гэта, па-першае, фотасесія ў двух здзіцячых дамах. Па-другое, канцэрты для дзяцей. Знайшлі спонсараў, якія закупілі ўсё, што хацелі дзеці, было многа падарункаў. Як вынік гэтай фотасесіі ў галерэі "Панарама" была арганізавана выстава. Сюды былі запрошаны дзеці; якія выступалі ў якасці фотамадэляў. Гэта было здорава, цікава. Думаю, што і для дзяцей гэта было вялікае свята. У цэлым выстава атрымалася вельмі аптымістычная. Гэтыя дзеці не выкінутыя з жыцця, яны побач з намі, яны такія ж, як і мы, нават у нечым лепшыя, больш арганізаваныя, чым мы. Вось якая была ідэя гэтага праекта. А арт-менеджэры ў такіх сур'ёзных праектах, як правіла, ужо сцвярджаюць сябе як падрыхтаваныя спецыялісты.

– Ці не думалі вы стварыць спецыялізаваныя курсы для ўжо падрыхтаваных менеджэраў, напрыклад, для менеджэраў па рэкламе?

– Думаў... Я хацеў бы стварыць клуб не толькі для сваіх выпускнікоў. Думаю, што нікому з менеджэраў у іншых сферах ніколі б не пашкодзіла тое, што тычыцца мастацтва. Веданне мастацтва, веданне тэхналогій мастацкіх праектаў дае вель-

– Мастацтва не любіць абсалютнай канкрэтыкі. Нават чысты дакумент у ім пачынае набываць рысы абсалютна мастацкага факта. Дакумент, перанесены ў пластыку, у прастору карціны, нават прыклееная на палатно газета, набывае іншы, мастацкі сэнс. Ён застаецца дакументам толькі як фрагмент мастацкай прасторы. У гэтым і ёсць гульня, сапраўдная, сэнсавая.

Вось вам прыклад. Існуе легенда, што Васіль Кандзінскі напісаў рэалістычную акварэль, прынёс яе, паставіў неяк бокам, сеў у крэсла, пачаў піць гарбату, і ў гэты час промні вячэрняга сонейка трапілі ў майстэрню – якраз на гэтую акварэль. Збоку гледзячы на свой рэалістычны твор, ярка асвечаны промнямі сонца, ён не ўбачыў ніякага рэальнага свету, толькі плямы, але тым не менш гэтыя плямы ўсхвалявалі яго яшчэ больш, таму што на палатне была не проста выказаная натуральнымі формамі самой жа прыроды пейзажная рэч, а экзальтаваная прырода, ачышчана ад натуральнага, душа прыроды. Кандзінскі потым пра гэта доўга разважаў, напісаў цікавыя тэарэтычныя працы, дзе стараўся даказаць, што простае сумяшчэнне плям колеру, ліній можа выклікаць такую ж эстэтычную асалоду, як і назіранне абсалютна рэальных рэчаў на карціне. Абстрактная праца можа выклікаць практычна тыя ж пачуцці, а магчыма нават і глыбейшыя, таму што тут больш асацыятыўнай гульні. Няма дэталінасці, няма засяроджанасці на нейкіх маргінальных рэчах, а ёсць галоўнае, тое, што нібы выцягнута як субстанцыя з навакольнага свету, рытму.

**– Часта можна заўважыць, што адна і тая ж рэч у розных мастакоў адлюстроўваецца па-рознаму.**

– Зразумела. Мастак – гэта, па сутнасці, своеасаблівы фільтр. Калі гэта сапраўдны мастак, то прапускае асяроддзе праз сябе, але стварае вобразы, якія ўзніклі ў яго свядомасці пры фільтраванні гэтай рэчаіснасці. Вядомы мастак Віталь Цвірка пісаў з натуры сонечны гай, а ў выніку магла атрымацца ноч. Ён адштурхоўваўся ад прыроды, але не злізваў, як кажуць, з натуры, прырода была для яго як пасыл. Ён бачыў формы і пераводзіў іх у адэкватны свайму настрою стан. На той час ён хацеў бачыць нешта халоднае, асвечанае зялёным святлом. Было сонечна. Тым не менш ён, як сапраўдны мастак, змог адчуць холад ночы і дакладна яго перадаць. Нават больш дакладна, чым тыя, хто спрабаваў рэалістычна ўвасобіць пейзажы, практычна капіруючы іх. У яго была праўда мастацкая, а ў іншых – праўда дакументальная. У гэтым і розніца. Мастак мае права адмовіцца ад праўды дакументальнай, ён можа падманваць нас. Ён павінен ствараць нейкія ілюзіі, але праз гэтыя ілюзіі, праз вобразы, метафару дабівацца найбольш выразнай праўды. Тут можна прывесці шмат класічных прыкладаў. Вы памятаеце знакамітую карціну Сурыкава. На санях ся-

маю, што прыходзіцца пісаць папсовыя творы, якія ўсе разумеюць, – не з-за таго, што мастак хочучь быць бліжэй да народа, а таму, што гэта хутчэй купяць. А магчыма і з-за таго, што не могуць іншага напісаць. Як іх навучылі ў інстытуце, так яны і пішуць. Адарвацца ад гэтага вельмі цяжка, як і знайсці свой стыль, сваю пластыку, адчуць па-свойму колер і выкарыстоўваць яго так, як ты адчуваеш, не зважаючы на чыесці забароны і ацэнкі. Гэта не кожны можа. Важна, што кажа асяроддзе – добра ты пішаш ці не, але сапраўды сур'ёзны мастак ніколі не павінен звяртаць на гэта ўвагі. Асяроддзе – гэта заўсёды пэўная традыцыя, пэўныя ўстаноўкі: так хораша, а так не, тут ты майстар, тут ты не майстар. Канечне, школа нікому і ніколі не перашкаджае, але не спыніцца на базавым узроўні разумення, а перайсці гэты рубікон абавязаны кожны сапраўдны мастак. Думаю, што любая мастацкая школа ствараецца тады, калі з'яўляюцца перш за ўсё новыя мастацкія ідэі. Ідэя фарміруе мастацкае разуменне рэчаіснасці. Усё астатняе – даніна традыцыі. Ніхто традыцыю не адхіляе, але яна не можа быць выключнай асновай для развіцця.

**– На ваш погляд, як можна вырашыць гэтую праблему?**

– Праблема камерцыйнага і некамерцыйнага мастацтва вельмі сур'ёзная, нават вечная. Патрэбен рубель, але я хачу рабіць мастацтва. Калі я буду рабіць мастацтва, у мяне рубля можа і не быць. Магчыма, ён і з'явіцца – ці ў 40 гадоў, ці ў 70, ці не з'явіцца ўвогуле, калі я буду пісаць толькі тое, што вельмі-вельмі хачу. Таму ў мастацтве застаецца не так многа людзей. Па сутнасці, мастак – гэта не проста прафесія, гэта вобраз жыцця, гэта прызвание ўрэшце. Мастаку трэба ад многага адмовіцца, трэба сябе ў многім абмежаваць. А як вырашыць праблему? Я думаю, што заходні арт-рынак гэтую праблему вырашае, ён дае магчымасць не толькі выжываць, але і жыць. Добра жыць. Але часта паспяховага мастака гэтае бязвоблачнае існаванне даводзіць да таго, што ён перастае быць сапраўдным творцам, мастаком-аналітыкам. У кожнага свой шлях развіцця. У 30 гадоў ён можа быць вялікім авангардыстам, шукаць сябе, а ў 50 – рафінаваным прадстаўніком мастацкага істэблішменту. Тычыцца гэта не толькі мастакоў. Што здарылася з тымі заходнімі студэнтамі, якія бунтавалі ў 1968 годзе супраць буржуазіі? Яны ўсе сталі нармальнымі буржуа, паспяховымі бюракратамі. Прайшоў час, пабунтавалі, але трэба ўпісвацца ў нейкія рамкі, нікуды не дзенешся... І ўсё ж я лічу, што маладым мастакам, асабліва напачатку мастацкага шляху, трэба думаць не пра заробак. Прыйдзе час, і калі ты сапраўдны творца, шчыра працуеш і шукаеш нечага новага, на цябе абавязкова звернуць увагу як на арыгінальнага мастака.

**– Часам можна пачуць, што мастак ат-**

нас яшчэ толькі пра-пра-прынак. Прынамсі, цывілізаваным рынкам яго не назавеш. Цывілізаваны рынак – гэта калі паміж пакупніком, аматарам мастацтва, і мастаком стаіць пасраднік. І не мастак сам павінен, узяўшы пад пахі свае творы, бегаць па вуліцах і нейкіх офісах, прапаноўваць сябе, а менавіта да яго павінны прыязджаць, глядзець. Мы павінны думаць, якім чынам будзем ствараць такую структуру, каб арт-рынак пачаў развівацца, каб мастаку было лягчэй прабываць у свет, каб яго маглі купіць і тым самым забяспечыць далейшае развіццё яго творчасці...

**– Фёдар Адамавіч, вы з'яўляецеся, па сутнасці, першым спецыялістам, які пачаў падрыхтоўку арт-менеджэраў у Беларусі. Як усё пачыналася?**

– У свой час, калі Мікалай Мікалаевіч Каралёў быў загадчыкам кафедры сацыяльна-культурнай дзейнасці ва ўніверсітэце культуры, ён прапанаваў мне прыйсці на кафедру выкладаць, і я пагадзіўся. Хаця на той час, папрацаваўшы да гэтага на архітэктурным факультэце, я быў упэўнены, што да выкладання ўжо не вярнуся. Але Каралёў прапанаваў мне ўзяцца за абсалютна новую і цікавую справу – рыхтаваць прадзюсераў у сферы мастацтва. Такім чынам, ва ўніверсітэце пачалася адпаведная прафілізацыя: чатыры гады студэнты вучацца на кафедры менеджменту культуры, а на пятым курсе атрымліваюць ужо больш канкрэтную спецыяльнасць – хто ў сферы шоу-бізнесу, хто ў тэатральным бізнесе, хто ў арт-бізнесе і г.д. Я распрацаваў праграму і вось ужо практычна 7 гадоў ствараю асновы для гэтай новай школы. Ужо ёсць цэлая кагорта выпускнікоў, якія працуюць у розных сферах, прычым не толькі ў Беларусі. Цяпер я хацеў бы стварыць клуб арт-менеджэраў у Мінску, там было б нямала і маіх выпускнікоў. Было б цікава з імі сустракацца, размаўляць, дапамагаць адзін аднаму, ствараць нейкія праекты. Мне падабаюцца тыя, хто любіць сваю справу. З такімі людзьмі лёгка працаваць, таму што яны ведаюць, чаго хочуць. А калі малады чалавек не вызначыўся, што яму падабаецца, ён будзе хістацца ад аднаго да другога і ўрэшце можа сябе не знайсці. Маладому чалавеку трэба хутчэй вызначацца, кім ён хоча быць, у якой сферы працаваць. Напрыклад, тыя, хто скончыў нашу кафедру і наш факультэт культуралогіі і сацыяльна-культурнай дзейнасці, я думаю, маюць вялікія магчымасці працаваць у розных сферах культуры, у тым ліку і ў сферы мастацтва.

**– У вас ёсць свая арыгінальная метадыка падрыхтоўкі кадраў?**

– Так. У мяне ёсць аўтарскі праект падрыхтоўкі студэнтаў, сёлета я хачу ўзмацніць яго вучэбна-метадычнымі дапаможнікамі. Увесь курс разлічаны на больш чым 400 акадэмічных гадзін. Называецца ён "Прадзюсерства ў сферы выяўленчага мастацтва" і разбіты на некалькі прадметаў: "Арт-

мі многае. Напрыклад, праз нейкі мастацкі праект можна зрабіць вельмі цікавую рэкламную акцыю, а не проста "голую" рэкламу. Праз мастацтва многае пазнаецца зусім па-іншаму. Тая ж рэкламная ідэя можа быць пададзена праз апасродкаваныя вобразы, не звязаныя непасрэдна з тым, пра што гаворыцца ў рэкламе.

**– У наш час ёсць мастакі, якія займаюцца самараскруткай...**

– Ёсць, канечне, такія мастакі, якія ўмеюць і тварыць, і раскручваць саміх сябе, але іх адзінкі. Ёсць у нас і такія мастакі, якія пазіцыяніруюць сябе як геніі... Што ж, усе формы добрыя для прэзентацыі, але калі будзеш сваю пазіцыю на нейкіх скандалах, дык у цябе і творчасць павіна быць скандальная, а калі творчасць абсалютна традыцыйная, а ты робіш скандалы, то гэта не зусім правільна і нават непрафесійна. Калі Сальвадор Далі, каб звярнуць на сябе ўвагу, пачаў біць вітрыны дарагіх парыжскіх буцікоў, дык ён ведаў, што робіць, і сама ягоная творчасць правакавала гледачоў. Карацей, адно на адно накладвалася. І калі пасля Далі зрабіў сваю персанальную выставу, то народ прыйшоў, таму што было цікава, што гэта за такі іспанскі мастак, які б'е вітрыны?.. Наогул жа, мастак можа прымаць розныя маркетын-гавыя стратэгіі, але не сам ён павінен гэтым займацца, бо калі будзеш заняты толькі прапагандай сваёй творчасці, то на саму творчасць можа і часу не застацца. Калі мы не будзем ствараць структуру арт-рынку, то ён ніколі не народзіцца, і мы будзем па-ранейшаму заставацца маргіналамі, якія прадаюць творы дзесьці за мяжой ці тут, выпадкова, час ад часу. Намнога цікавей было б, калі нейкая галерэя ўзялася б за цябе, пачала цябе раскручваць, выстаўляць, укладваць у цябе грошы. А раз нехта ўкладвае ў цябе грошы, значыць, ён зацікаўлены ў тым, каб прапагандаваць цябе дзе толькі можна з дапамогай прафесійных тэхналогій. Гэтыя тэхналогіі ёсць, іх трэба проста адаптаваць да нашых умоў.

**– А так званы "чорны піяр"? У нас яго зразумеюць?**

– "Чорны піяр" наша публіка прымае. Любая рэакцыя можа быць запланавана. Тут справа нават не ў менталітэце, а ў асаблівасцях увогуле псіхікі чалавека. Ці многа вы запамнілі з дзяцінства, калі вас гладзілі па галоўцы? Напэўна, мала. Але вось калі вас пакрыўдзілі, тады вы гэта запамніце. Тое ж самае і ў масавай псіхалогіі. Тое, што парушае традыцыі і ўяўленні натоўпу, запамінаецца на доўга. Іншы раз, калі пра цябе дрэнна гавораць, гэта спрацоўвае найлепш. А бывае і так: і класны, і шыкоўны, і акадэмік, але ніхто на яго не ідзе... Чалавеку пры інфармацыйнай нагрузцы патрэбны эмацыянальныя ўсплёскі. Здзівіць сёння кагосьці вельмі складана, і зрабіць гэта можа толькі прафесіянал.

**Гутарыла Ганна ГЕРАСІМАВА.**