

УДК 316.733
ББК 71.04

А. В. Ляшко

ВЫСТАВОЧНЫЙ ФАСТФУД: ОСМЫСЛЯ АППЕТИТЫ СОВРЕМЕННОЙ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ЖИЗНИ

Статья посвящена изменениям, которые переживает в современной культуре такая традиционная форма презентации искусства, как художественная выставка. Основным материалом исследования выступает выставочная жизнь Петербурга последних лет. Осмысляется общая мимикрия художественной среды, на примере работы Государственного Русского музея дается оценка выставочным проектам ведущих музеев города.

Художественную культуру российских мегаполисов последнего десятилетия характеризует все возрастающее количество, частота и анонсируемая значимость событий. Открытием нескольких арт-мероприятий ознаменован фактически каждый день жизни города: традиционные искусства и новейшие художественные практики активно представляют свои достижения как избранной, так и широкой публике. Причем редкое событие претендует на камерность, большинство из них тяготеет к статусу крупного художественного форума (фестиваля, биеннале, конкурса), призванного реализовать высокую миссию, недоступную предшественникам, подвести итоги или открыть новое направление в мире искусства. Одной из форм художественной презентации, переживающих своеобразный бум, в отечественной культуре стала выставка.

Постиндустриальное общество сегодня осознает и осваивает уникальные возможности художественно-образного мышления, его способность выявлять и экспонировать смыслы. В современной культуре искусство, технологии художественного производства и презентации все реже рассматриваются как некая элитарная среда, «сфера изящного». Все более активно они включаются в сложные социокультурные комплексы, выполняя функцию эффективного творческого компонента. В связи с этим, стратегии художественной презентации, сама форма выставки искусства активно востребована как в выставочной индустрии (промышленные, образовательные, имиджевые и др. выставки), так и более широко. В

отечественной культуре такая ситуация только начинает складываться. Художественная выставка еще в большой степени сохраняет свое внутривыставочное значение как пространство презентации искусства. Вместе с тем, определенность места выставочного действия, а вместе с ним и его социокультурного значения, постепенно утрачивается. Выставочное действие становится не только всеуместным событием городской повседневности, оно активно меняет свои привычные черты, маркируя изменения современной художественной культуры в целом.

Анализируя события отечественной художественной жизни последних лет, в первую очередь петербургской, рассмотрим динамику выставки как институциональной формы. Идея проведения аналогий между современными социокультурными явлениями и системой фастфуда не нова, она серьезно проработана как теоретиками современной культуры, так, прежде всего, и самими художниками. В данной статье апелляция к принципам фастфуда позволит связать воедино противоречивые сюжеты современной выставочной культуры.

Места проведения художественных выставок сегодня активно множатся. Музеи наращивают площади для временных экспозиций¹, возникают новые выставочные залы и возрождаются существовавшие прежде, открываются различные культурные центры; в Петербурге сегодня действует около сорока художественных галерей, с периодичностью раз в две-три недели предлагающих новый художественный проект. При таком изобилии выставки, расположенные близ путей магистрального движения горожан, более востребованы, а не попавшие в этот (в прямом смысле) «мейнстрим» – обделены публикой. (Так, например, в 1980-е гг. активно посещавшийся ленинградцами Выставочный зал на Охте сегодня пустует). Более того, временные экспозиции произведений искусства выходят из-под традиционной сени музейных и выставочных залов, сами «идут к зрителю». Они располагаются в местах «легкого и быстрого доступа»: в кафе, клубах, кинотеатрах, клубных пространствах, бизнес-центрах, торговых центрах² и просто на улицах города, стенах домов, во дворах и т. п. Зачастую сегодня художник или куратор ищут нетрадиционное место для экспозиции не с целью реализовать специфический замысел, сообщить арт-объектам особые смыслы, а именно в поиске зрителя. Искусство в современной культуре за счет развития средств массовой коммуникации стремится к абсолютной доступности, оно незамедлительно, почти без затрат времени и сил поступает к зрителю, слушателю, читателю в его личный компьютер. В связи с этим «культурный поход» в музей, концертный зал, библиотеку откладывается, а часто вовсе утрачивает смысл для широкой публики. Дабы обеспечить удобный путь зрителя к искусству, организаторы художественных проектов всячески стремятся его оптимизировать. Галереи «селятся» рядом друг с другом или музеями, объединяются в арт-центры, музей в одном здании открывает несколько разноплановых выставок³. Таким образом, за одно посещение расчетливый зритель может познакомиться с 5–6 выставочными проектами. По такому же правилу объединяются в одном торговом комплексе бутики или работают на одном фуд-корте несколько фирм быстрого питания. Также искусство нередко становится «сопутствующим товаром»: художественная выставка разворачивается в

месте продаж дорогой мебели (по этому принципу работает с художниками галерея дизайна «Бултхауп»), одежды и т. п. Удачно применяется в выставочной практике и другой маркетинговый принцип – бесплатная развозка зрителей. Например, в ходе фестиваля «Современное искусство в традиционном музее» несколько проектов, расположенных в разных петербургских музеях, объединяет маршрут специального автобуса.

Все эти действия по территориальной оптимизации выставок направлены на экономию времени. Принцип «сжатия времени» – главный принцип фастфуда – оказывается одним из ключевых и в современной выставочной практике. Петербургские выставочные залы работают как хорошо отлаженный конвейер по подготовке и выпуску очередного выставочного продукта. ЦВЗ «Манеж» последние пять лет проводит около двадцати только художественных выставок за год⁴. Выставочный зал Петербургского союза художников – до сорока⁵. Ежедневно в городе открыты примерно 15–20 художественных выставок. При этом смена «ассортимента» производится в достаточно высоком темпе: средняя продолжительность выставки в галерее – одна-две недели, в музее – от трех недель и редко превышает четыре месяца.

Здесь сказываются «законы рынка», не позволяющие простаивать экспозиционным помещениям, а так же имиджевая политика: некоторая соревновательность между музеями города в значимости и количестве представляемых ими выставочных проектов. Важны и другие причины.

Играет роль высокая мобильность авторов. Это мобильность карьерного роста, в котором выставки, их количество и статус места проведения подтверждают компетенцию художника. Выставки – вехи пути художника, они формируют репутацию автора, определяют его место в художественной иерархии, наконец, устанавливают цену на его работы. Сегодня этот выставочный рейтинг всячески форсируется. Персональная выставка (даже в музее!) зачастую не является ни показателем уровня мастерства, ни данью творческому пути, а, как правило, опосредована волей и финансовыми возможностями художника либо курирующих его лиц. Выставочное событие часто утрачивает уникальность в биографии художника, становится этапной процедурой. Сегодня автор, «набирая» количество выставок, может одновременно участвовать в нескольких проектах, причем в самых разнообразных ампла. Идейные противоречия художественной жизни, борьба различных ее направлений, утверждение художником собственной позиции, кажется, не имеют силы. Художник успешно включается как в масштабные официальные выставочные мероприятия, так и в альтернативные акции, имеющие подчеркнуто неформальный характер.

Другая составляющая темпа выставочной жизни – сильно возросшая в современном искусстве скорость самого художественного производства. Произведение в искусстве последнего столетия, по словам Б. Гройса, не создается, а предъясняется, «художнику в наше время достаточно назвать искусством случайный фрагмент реальности, чтобы он тем самым стал художественным произведением»⁶. Спустя век после реди-мэйдов М. Дюшана границы репрезентации продолжают включать в себя новые средства выражения. Художник может воспроизвести фрагмент мира, разложить его на части и заставить их функционировать, выставить имитацию или прототип и т. д. Работа в классических видах и жанрах

изобразительного искусства, произведения которого на сегодняшний день все-таки являются основным материалом петербургских выставок, также значительно интенсифицируется, игнорируя классическую последовательность действий и технологические требования материалов.

Темп современной выставочной жизни связан и со скоростью производства выставок. Сегодня в Петербурге продолжают экспонироваться проекты, являющиеся итогом долгой, иногда многолетней коллекционерской, научной, реставрационной или менеджерской работы, представляющие сложное художественное и техническое решение. Наряду с этим заметное большинство современных выставок не отягощены ни предварительными исследованиями, ни внимательной разработкой экспозиции, достаточно легковесны, порой элементарны. Минимализм экспозиционного решения и аскетизм средств, распространенные особенно в небольших выставочных залах, далеко не всегда оказываются оправданными. Остро ощущается отсутствие выверенной, профессиональной развески, найденной драматургии света, продуманного, соответствующего тематике выставке этикетажа, визуального и содержательного качества сопутствующих текстов и информационных материалов, то есть «сделанности» экспозиции. Выставка часто «держится» исключительно на идее – оригинальной, остроумной, порой скандальной или популистской теме, – определяющей выбор материала.

Темпу выставочного производства сопутствует и темп его потребления.

Необозримость характеризует выставочное пространство Петербурга. Заинтересованный зритель смотрит лишь малую часть художественных проектов, ежедневно представляемых в городе. Сама художественная выставка сегодня больше не является местом абсолютной видимости и «просматриваемости». На коллективных выставках обременительное изобилие экспонатов делает невозможным их восприятие. Как-то В. Вальран подсчитал, что на «Невской выставке» 1975 г., в которой приняли участие 88 независимых художников, а посетителей пускали партиями на сорок минут, «на каждую картину приходилось в среднем шесть секунд»⁷. Сегодня большие выставки, объединяющие 500–600 участников, требуют несколько часов еще более активного посекундного внимания зрителя и при этом редко задерживают его на это время. Масса просмотренных на выставке произведений превращается тем самым в визуальный шум. Ситуация необозримости усугубляется в случае включения в экспозиционное пространство экрана, экрана как объекта (медиаарт, видеоарт, видеоинсталляция) или как организующего элемента экспозиции (документальный кино-, видеоряд). Как правило, посетитель выставки не в состоянии за традиционное время посещения выставки просмотреть представленные его вниманию видео- и киноработы от начала и до конца, а следовательно, и не стремится к их полному просмотру⁸. Большинство представляемых проектов и не требуют проникновения, внимательного погружения в смысл увиденного. Зрителю необходимо усвоить концепт выставочного мероприятия и проследить его развитие в экспозиционном пространстве, выявить смысловые нити и пройти по ним. То есть выставка чаще требует заинтересованного и непременно соучастника, провоцирует посетителя на действия, нежели на «чистое» смотрение. Навык *созерцания* оказывается не востребован и постепенно девальвируется

ся. Художественная выставка воспринимается / потребляется зрителем в движении, с легкостью и быстротой, как одно из многих зрелищ, которые в избытке поставляет современная визуальная культура.

Идея выставочного бистро легла в основу концепции галереи «Дверь», расположенной в арт-центре «Пушкинская, 10». На лестничной площадке между этажами встроена стандартная металлическая дверь. Дверь никуда не ведет, за ее коробкой глухая стена, на которую закреплен лист оргстекла. Вот в этой импровизированной витрине, площадью примерно 2,5 м² и разворачивается деятельность галереи. Данный выставочный проект – своеобразный «экономвариант», сберегающий время куратора и зрителя, не требующий смотрителя и гардероба. Вместе с тем, как ни парадоксально, «Дверь» не уступает по содержательности многим крупным выставочным акциям Петербурга.

Темп выставочной жизни обеспечивается и выверенным художественным «ассортиментом».

В петербургских выставочных залах сегодня представлены самые разные направления искусства от традиционного до актуального. При этом можно выявить ряд тем выставочных проектов, которые пользуются неизменным интересом зрительской аудитории, пришлось «по вкусу» большинству, наподобие гамбургеров MacDonalд's и крылышек KFC. Удачный выбор концепции выставки обеспечивает ее успех, дает возможность сделать ее сиквел⁹, превратить в периодическое мероприятие, не нуждающееся в рекламе, с постоянной аудиторией и авторским коллективом, командой коммерческих партнеров. Примером могут послужить «Рождественские выставки» проводимые с 1998 г. в музее Ахматовой в Фонтанном доме («Под Вифлеемской звездой», «Рождественская ель как авторское произведение», «Свет Рождества», «Дары волхвов», «Петербургское Рождество»). Другой, несомненно, успешный вариант ежегодного выставочного сериала – фестиваль «Современное искусство в традиционном музее» (проект «Института ПРО АРТЕ»), уже седьмой год начинающий свою работу в последний уик-энд сентября.

Вместе с тем серийные выставки (временные проекты с претензией на постоянство), как правило, с годами утрачивают энергию актуального высказывания. Видимо, исчерпываются тема, силы кураторов, потенциал творческой группы. Так, многолетние проекты ЦВЗ «Манеж» («Петербург», «Диалоги», «Фестиваль экспериментальных искусств и перформанса», весенняя, осенняя выставки членов Союза художников) представляют сегодня удручающее зрелище. Задача этих масштабных мероприятий – осветить положение дел в текущей художественной жизни Петербурга и активизировать ее – решается достаточно прямолинейно. Например, идея «Петербургов», проводимых в «Манеже» с 1993 г., состоит в том, чтобы выставлять только одну работу от каждого художника, выполненную в этом году. Ежегодно выставка представляет около 500 произведений, объединенных, по словам организаторов, «отсутствием концепции», демонстрирующих «эстетический плюрализм». Куратор проекта Л. Скобина пишет: «Мы не выделяем никаких „предпочтительных“ направлений-стилей-течений. Все, что существует в городе, вправе существовать на выставке. Единственное ограничение – отбор творческих (курсив Л. Скобиной) работ, выражающих настрой автора»¹⁰. «Петербур-

ги» в «Манеже» как еда во время авиаперелета: без вариантов. Наличие собственной экспозиционной территории с постоянным зрителем и многолетней репутацией обеспечивает этому проекту жизнь. Но кураторская всеядность и неразборчивость грозят обернуться провалом.

Особое внимание привлекает выставочная практика музеев, институций по определению гиподинамичных – направленных на фиксацию, сохранение, педантичное моделирование меняющегося мира. На сегодняшний день, как показывает отечественная и зарубежная практика, и они вступили в выставочную гонку: организация временных выставок становится одним из доминирующих направлений деятельности музея. Русский музей в год организует более 40 выставок¹¹. Выставочная деятельность называется и «одним из главных разделов в функциональной структуре Эрмитажа»: ежегодно музей делает около 100 временных выставок за рубежом и в музеях России¹². Треть подготавливаемых Эрмитажем выставочных проектов демонстрируется в самом музее.

Музейные выставки отличает больший профессионализм и тщательность. Однако общий выставочный темп сказывается и здесь. Музей, традиционно ограниченный в часах своей работы рамками светового дня, идя навстречу посетителям выставок, вынужден менять режим. (По специальному расписанию вечерами работала выставка «Встреча с Модильяни» в ГМИИ им. А. С. Пушкина). Для посетителей выставок открываются специальные проходы, дабы они не тратили время, минуя постоянную экспозицию.

Ощущаются изменения и содержательного порядка, судить о которых можно лишь косвенным образом, поскольку внутренняя выставочная политика конкретного музея – информация закрытая. Музеи, привлекая в свои залы горожан, стремятся открывать как можно больше выставок самой разной тематики, зачастую не имея ни времени, ни кадровых сил, ни финансовых оснований серьезно их готовить. В большинстве своем эти выставочные проекты не нацелены на открытие новых имен, представление новых произведений. Им свойственно репрезентировать известное, переигрывая его по-новому, отыскивая оригинальные содержательные аспекты. Основная работа ведется над темой и контекстом, в который знакомое произведение переносится, обретая новые смыслы. Так «популярными хитами» петербургской выставочной жизни последних лет стали тематические выставки Русского музея из серии «нечто в русском искусстве»: «Красный цвет в русском искусстве» (1997), «Игра и страсть в русском изобразительном искусстве» (1999), «Иисус Христос в христианском искусстве и культуре XIV–XX вв.», «Греческий мир в русском искусстве» (2001), «Абстракция в России. XX в.» (2002), «Санкт-Петербург. Портрет города и горожан», «Портрет жены художника», «Двое» (2003), «Домашние и дикие. Анималистика в русском искусстве XVIII–XX вв.», «Большая картина. Большие произведения из фондов Русского музея», «Дорога в русском искусстве» (2004), «Времена года. Пейзаж в России XIX–XX вв.» (2006). Основа выставок, по преимуществу, собственная коллекция музея, прошедшая тематическую селекцию. Причем источниками экспонатов являются как фонды музея, так и постоянная экспозиция. Рецепт создания этих выставок один: быстрое и смелое моделирование сюжетов из имеющихся в наличии произведений; эффек-

тные декораторские приемы (цветные панели, ткани, меняющие облик залов), масштабные реконструкции (от танцплощадки послевоенных лет до квартиры времен застоя), обязательный видеоряд по теме, звуковое сопровождение, ошарашивающие экспозиционные приемы. «Каждый раз делай новый показ, крои из того, что есть, новую выставку. <...> Главное – музеи современного искусства не замкнулись в сознании величия своей современности, а музеи с хронологическими многообразными коллекциями не замкнулись в сознании величия своей историчности»¹³. Тематические выставки Русского музея последних лет имеют несомненный успех у широкой публики и реализуют просветительские и коммерческие устремления музея.

Однако сегодня эти популистские приемы становятся основополагающими почти для всех выставочных проектов музея. Визуальные эффекты экспозиции вытеснили содержание выставки «Павел Филонов – очевидец незримого» (2006)¹⁴. Другой пример – выставка к 150-летию М. А. Врубеля, проходившая в Русском музее с декабря 2006 по май 2007 гг., не продемонстрировавшая, несмотря на значительный повод, ни полной ретроспективы творчества художника, ни серьезного исследовательского его прочтения. Организаторы не привлекали фонды Третьяковской галереи и киевского Музея русского искусства (основных держателей произведений М. А. Врубеля), а ограничились ресурсами петербургского собрания, представив достаточно выборочно и его¹⁵. В экспозиции не прослеживалось оригинальной научной концепции. Художественное решение так же не потребовало от музея особых затрат: в характерный врубелевский цвет были перекрашены конструкции, оставшиеся от прошедшей ранее в этих залах выставки П. Н. Филонова.

Итак, скороспелые модифицированные экспонаты, высокая скорость подачи новых художественных впечатлений, несложный и занимательный их ассортимент, так или иначе удовлетворяющий запросы каждого, оптимальное время работы в удобном месте и минимальная стоимость посещения – вот черты, позволяющие видеть в петербургской выставочной жизни подавляющий культурный фастфуд.

Целевая аудитория системы быстрого питания – это мобильные люди с ограниченными финансовыми и временными ресурсами, которые не могут себе позволить тратить деньги на посещение дорогого ресторана и время на прием пищи, приготовленной в домашних условиях. Согласно законам рынка, наряду с общедоступным, массовым продуктом (как и положено, в несоизмеримо меньших количествах), потребителю должно делаться и совершенно иное предложение – особое, для избранных, продолжая сравнение, «слоуфуд». Параллельно арт-фастфуду должен показываться художественный эксклюзив. Если в отечественной системе торговли и общественного питания этот баланс уже найден, то в культурной практике пока еще нет. Тщательно подготовленные, сделанные на высоком концептуальном и художественном уровне и требующие подготовленного зрителя выставки крайне редко проводятся в Петербурге. В основном их организуют закрытые галереи. Но в действительности это ниша музеев. Российские музеи целенаправленно стремятся стать более открытыми, привлекательными и доступными для широкой публики, постепенно избавляясь от своих элитарных претензий. Возможно, на-

оборот, такие качества музейной среды, как консерватизм и закрытость, педантичный профессионализм музейных сотрудников, должны сохраняться и получать реализацию в актуальных проектах. Ведь тишина, скука и пыль музейных залов противопоказаны фастфуду?

¹ В течение 1989–1994 гг. комплекс Русского музея дополнили Строгановский и Мраморный дворцы и Михайловский замок, залы которых задействованы в основном для проведения выставок. Переданное Эрмитажу здание Главного штаба также планируется использовать под показ временных проектов.

² Например, одна из наиболее посещаемых площадок Второй московской биеннале современного искусства – ЦУМ.

³ Например, в августе 2007 г. в корпусе Бенуа Русского музея зрителям предлагались четыре выставочных проекта: «Два века русской литографии», «Приключения „Черного Квадрата“ К. Малевича», «Общество „Круг художников“», «Александр Андреевич Иванов. 1806–1858», а всего в музее были открыты восемь временных выставок.

⁴ Адрес официального сайта ЦВЗ «Манеж» – <http://www.manege.spb.ru>.

⁵ Северюхин, Д. «Выставочная проза» Петербурга. Из истории художественного рынка. – СПб., 2003. – С. 54.

⁶ Гройс, Б. Скорость искусства // Мир дизайна. – 1999. – № 33. – С. 19.

⁷ Вальран, В. Ленинградский андеграунд: Живопись, фотография, рок-музыка. – СПб., 2003. – С. 11.

⁸ См.: Гройс, Б. Медиа-искусство в музее // Гройс Б. Комментарии к искусству. – М., 2003. – С. 149.

⁹ Сиквел (англ. sequel) – книга, фильм или любое другое произведение искусства, являющееся прямым продолжением какого-нибудь более раннего произведения, построенное на его сюжете, персонажах и т. д.

¹⁰ Скобина, Л. «Петербург» в Манеже: К истории одной ежегодной выставки. – С. 175.

¹¹ Потапова, М. В. Публика художественного музея в ракурсе социальных перемен // Триумф музея? – СПб., 2005. – С. 218–226.

¹² Торшина, Л. Е. «Вокруг выставки». Временная выставка как культурно-образовательная акция // Управление музеями: Музейная деятельность в XXI веке. – СПб., 2005. – С. 46–47.

¹³ Боровский, А. Д. Современное искусство и музей // Искусство XX века : Итоги столетия : Избранные материалы конференции. – СПб., 2003. – С. 40.

¹⁴ Обозреватель газеты «Петербургский дневник» А. Матвеева так характеризовала экспозицию выставки «Павел Филонов – очевидец незримого»: «Не то дискотека до начала выступления музыкантов, не то пещера ужасов в чешском луна-парке... невиданный аттракцион» (Матвеева, А. Ох! // Петербургский дневник. – 2006. – 24 июля).

¹⁵ Петрова, Е. Мы решили, что каждый музей по-своему отметит день рождения художника : Интервью заместителя директора Государственного Русского музея по научной части. – Режим доступа: http://www.vtbmagazine.ru/number_detail.asp?aid=316.