

Павлова Ольга Борисовна

Pavlova Olga Borisovna

соискатель Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации

PhD applicant,
Russian Presidential Academy of
National Economy and Public Administration

VI МОСКОВСКАЯ БИЕННАЛЕ СОВРЕМЕННОГО ИСКУССТВА: ОПИСАНИЕ И АНАЛИЗ МЕНЕДЖМЕНТА, МАРКЕТИНГА И КУРАТОРСКОГО ПРОЕКТА

THE SIXTH MOSCOW BIENNALE OF CONTEMPORARY ART: DESCRIPTION AND ANALYSIS OF MANAGEMENT, MARKETING AND CURATORIAL PROJECT

Аннотация:

В статье рассмотрены менеджмент, маркетинг и кураторство VI Московской биеннале современного искусства. Биеннале являются устоявшейся формой выставок, которые влияют на развитие искусства в целом. Указанная биеннале, проведенная в 2015 г. в шестой раз, была неоднозначно оценена современниками и поставила перед художественным сообществом вопросы о том, какие минусы и плюсы имеет данный выставочный формат, насколько он отвечает потребностям публики, мирового сообщества и как он встроен в систему экономики искусства в период мирового экономического кризиса.

Ключевые слова:

биеннале, современное искусство, актуальное искусство, Московская биеннале современного искусства, VI Московская биеннале современного искусства, кураторство, выставка.

Summary:

The article deals with the management, marketing and supervisory responsibility of the VI Moscow Biennale of Contemporary Art. The biennale of contemporary art is a well-established form of exhibitions, which influences the future development of the art. The Moscow Biennale of Contemporary Art was held for the sixth time in 2015. It was met with a mixed response and raised questions in the art community about what advantages and disadvantages this exhibition format has, how far it meets the needs of the public, the world community, and how it is integrated into the system of art economy during the global economic crisis.

Keywords:

biennale, contemporary art, Moscow Biennale of Contemporary Art, supervisory responsibility, exhibitions.

Некоторые события современной жизни остаются без внимания исследователей, вследствие чего не подвергаются анализу особые, знаковые для развития художественной жизни явления и значимость их с годами утрачивается. Вместе с тем наработанный опыт представляет большой интерес и полезен для использования в дальнейшем. В статье мы намерены переосмыслить прошедшую в 2015 г. VI Московскую биеннале современного искусства.

На сегодняшний день биеннале являются самым известным смотром «достижений в области современного искусства» в формате международных выставок – практики, широко известной с XIX в.

Как указывается в Словаре иностранных слов Н.Г. Комлева (2006), биеннале, бьеннале (исп. *biennale*, лат. *bi* – ‘дву(х)’ + *annus* – ‘год’) – международная выставка изобразительного искусства, кинофестиваль или музыкальный конкурс, проходящие каждые два года (главным образом в Венеции). Это понятие отражает периодичность проведения выставок. Например, в отличие от биеннале, триеннале (итал. *triennale*, лат. *tri* – ‘три’ + *annus* – ‘год’) – международная выставка изобразительного искусства, кинофестиваль или музыкальный конкурс, проходящие каждые три года. Среди самых знаменитых выставок можно назвать также quadriennale «Документа» (Documenta) в Касселе, которая проходит в основном раз в четыре-пять лет.

Биеннале могут иметь постоянную площадку проведения и географическую привязку к конкретному городу, как, например, Венецианская биеннале. Манифеста, также являющаяся биеннале современного искусства, напротив, каждый раз проводится в новом месте. В Москве проходят разные биеннале: не только Московская международная биеннале современного искусства, но и Московская международная биеннале молодого искусства и Московская архитектурная биеннале. Биеннале молодого искусства в 2016 г. проводилась в пятый раз.

По данным доклада Министерства культуры Российской Федерации [1], Московская биеннале современного искусства проходила под эгидой Государственного центра современного искусства (ГЦСИ).

ГЦСИ был создан в 1992 г. как музейно-выставочная и научно-исследовательская институция. Центр имеет 6 филиалов в России: Северо-Западный (открыт в 1995 г.), Балтийский, Нижегородский (1997), Уральский (1999), Северо-Кавказский (2010) и Сибирский (2013). Каждый из филиалов имеет особенности и специфику и развивает свои художественные и образовательные про-

граммы. Главные направления деятельности ГЦСИ – популяризация и оказание поддержки современному российскому искусству, в том числе на международной арене. Им осуществляются выставочные проекты, научная, информационная и образовательная деятельность, создаются коллекции отечественного и зарубежного современного искусства. Под эгидой ГЦСИ организованы Московская международная биеннале молодого искусства, Фестиваль коллекций современного искусства и Всероссийский конкурс в области современного визуального искусства «Инновация» [2].

Московская биеннале современного искусства не имеет постоянной, закрепленной за ней площадки, но проводится всегда в рамках одного города – Москвы. На сегодняшний день она стоит в ряду самых известных биеннале мира: Венецианской, Берлинской, Стамбульской биеннале современного искусства и многих других.

Впервые Московская биеннале прошла в 2005 г. Ее организатором выступил Иосиф Бакштейн, ставший комиссаром последующих биеннале. Темы и расположения менялись от раза к разу.

Тема первой биеннале (январь – февраль 2005 г.) – «Диалектика надежды». Площадки основного проекта располагались в здании бывшего Музея им. В.И. Ленина, в Музее архитектуры и на станции метро «Воробьевы горы». Площадки специальных проектов – Государственный музей изобразительных искусств им. А.С. Пушкина, Государственная Третьяковская галерея, Центральный дом художника, Московский музей современного искусства (ММОМА), Музейный центр Российского государственного гуманитарного университета.

Тема второй биеннале (март – апрель 2007 г.) – «Примечания: геополитика, рынки, амнезия». Площадки основного проекта – башня «Федерация», ЦУМ, Музей архитектуры.

Тема третьей биеннале (сентябрь – ноябрь 2009 г.) – «Против исключения». Площадка основного проекта – центр современной культуры «Гараж».

Тема четвертой биеннале (сентябрь – октябрь 2011 г.) – «Переписываем миры». Площадки основного проекта – центр дизайна Artplay и ЦУМ.

Тема пятой биеннале (сентябрь – октябрь 2013 г.) – «Больше света». Площадка основного проекта – Манеж.

VI Московская биеннале современного искусства проводилась с сентября по октябрь 2015 г. Тема – «Как жить вместе? Взгляд из центра города в самом сердце острова Евразия». Площадка основного проекта – Центральный павильон Выставки достижений народного хозяйства (ВДНХ).

Таким образом, в темах Московской биеннале в основном обращаются либо к философскому («диалектика») и лингвистическому («переписываем», «примечания», «исключения») вокабуляру, либо к исторической географии («геополитика», «Евразия», «Новый/Старый Свет»).

В качестве предмета исследования выбраны менеджмент, маркетинг и кураторство VI Московской биеннале современного искусства. Полагаем интересным рассмотреть данную выставку не просто с позиции анализа представленных на ней работ, а с точки зрения ее внутреннего устройства. Многое для успешности проведения мероприятия зависит и от того, как оно представлено публике при помощи маркетинговых инструментов и как художественно и концептуально проработано куратором.

Методы исследования в данном случае носят комплексный характер, так как мы имеем дело как с явлением художественной жизни в мире современного искусства, так и с продуктом работы менеджеров, маркетологов и кураторов. Задействованы историко-культурный подход, методы социологии искусства с привлечением по мере необходимости функционального анализа. Помимо этого, применяется анализ разрывов (так называемый gap-анализ).

Под менеджментом в данном случае подразумевается управление проектом. Методология управления проектами не зависит от области приложения или отрасли, так как она разработана с учетом общих принципов. В VI Московской биеннале современного искусства как проекте управления можно выделить начало и завершение, создание принципиально нового продукта, объект (сама биеннале) и субъект (тот, кто ею управляет). Для нее актуален «принцип треугольника управления проектом», то есть качество, сроки и затраты на мероприятие находятся в жесткой связи друг с другом. Команда менеджеров реализует все необходимые процессы управления, которые выделяются в жизненный цикл этой биеннале. Для контроля качества реализации проекта применяются ключевые показатели успеха, например посещаемость, определяемая по количеству проданных билетов.

Маркетинг в сфере искусства – это большой и очень важный блок вопросов, но он, к сожалению, недостаточно полно научно проработан, тогда как применение стандартного маркетингового подхода к управлению производственно-сбытовой деятельностью предприятия в данной области должно быть тщательно обдуманно. У маркетинговой политики есть свои четко определенные цели и задачи, и маркетинговую стратегию необходимо реализовывать комплексно. Также важным фактором успеха для Московской биеннале как мероприятия стала бы положительная ассоциация с «культурным капиталом», выставочной аудиторией как в России, так и в мире, как, например, это уже случилось с Венецианской биеннале и «Документой».

Куратор отвечает за формирование содержания проекта: определение темы, выбор художников и работ, а иногда, в зависимости от ситуации, за организацию выставочного процесса. Эта профессия достаточно молода. Ранее подобные функции, безусловно, существовали, но не выделялись в отдельную деятельность. Биеннале – это крупномасштабная международная групповая выставка, проходящая на регулярной основе. Основное ее предназначение – создание пространства для диалога между художниками и зрителями. Рассматриваемая биеннале показала, что увеличение количества кураторов не решает проблемы поиска замысла, точного «смыслового попадания» темы в контекст современности и искусства.

В результате анализа менеджмента, маркетинга в сфере искусства и работы кураторов VI Московской биеннале современного искусства получены следующие выводы.

В опубликованной в «Артгиде» [3] записи круглого стола VI Московской биеннале современного искусства зафиксированы высказывания Марии Кравцовой, Кати Саттон, Брайана Дройткура об интуитивно понятном прекращении московских биеннале современного искусства. Они говорят, что «круг завершился»: начали Московскую биеннале современного искусства в Музее революции и можно закончить на площадке с подобной атмосферой советской эпохи, на ВДНХ.

Другая возможная причина прекращения в дальнейшем московских биеннале современного искусства – это трудности с финансированием. Но полная отмена проекта нерациональна, так как он уже фрагментарно ассоциируется у некоторых представителей определенных слоев общества с культурным капиталом. Оптимистический подход более продуктивен в связи с тем, что дальнейшие эксперименты в маркетинге и менеджменте в сфере искусств и кураторстве биеннале представляются плодотворными.

В качестве рекомендации для преодоления проблем можно было бы предложить коренной пересмотр концепции Московской биеннале современного искусства, формирование новой команды и тем самым создание принципиально нового проекта под тем же именем. То есть создание новой жизни на основе того, что уже есть. Летом 2016 г. это и случилось. Произошли смена команды организаторов Московской биеннале и реорганизация внутренней организационной структуры. Руководителем была назначена Юлия Музыкантская, а главой экспертного совета – Семен Михайловский. Юлия Музыкантская (Зазулина) с 2009 по 2012 г. являлась директором Фонда поддержки современного искусства «Винзавод», также работала в Министерстве культуры РФ (советником министра и директором департамента культурного наследия). В 2015 г. ее деятельность была связана с фондом V-A-C. Семен Михайловский – ректор Государственного академического института живописи, скульптуры и архитектуры им. И.Е. Репина, был комиссаром павильона России на Венецианской биеннале. Об этом пишет С. Янкина в статье «Организацией Московской биеннале современного искусства займется Юлия Музыкантская» в *The Art Newspaper Russia* (08.07.2016).

Также возможно предложить экспериментальное проведение будущей биеннале полностью в виртуальном формате. Это подразумевает под собой активную деятельность интернет-портала – например, проведение онлайн-мероприятий, таких как лекции, виртуальные экскурсии, вебинары, обсуждения, форумы и т. п., что значительно удешевит стоимость проведения биеннале.

Кураторы для VI Московской биеннале современного искусства были назначены экспертной группой. Далее они подбирали художников или их работы, подходящие под концепцию выставки. В качестве рекомендации для следующей Московской биеннале предлагается увеличить число участников среди российских кураторов и художников при сохранении международного статуса проекта за счет проведения конкурса. Этот конкурс послужит дополнительной рекламой биеннале в тот год, когда проект только подготавливается и выставки еще не проводятся.

Очень важна роль площадки – на ней создается особый образ выставки: произведения или акции художников взаимодействуют с пространством и с культурной средой. Помимо этого, технические особенности площадки накладывают свои ограничения на возможности экспонирования. Сложность ВДНХ как выставочной площадки для проведения VI Московской биеннале современного искусства состояла в том, что здание не было приспособлено для проведения выставок и являлось объектом культурного наследия. В связи с этим любые обычные для подготовок выставок работы по организации пространства, такие как развеска произведений на стенах, покраска стен и т. п., были невозможны. Отсюда акцент был сделан не на привычные арт-объекты, которые обычно ассоциируются с выставкой, а на фестивальную событийность, когда каждый день перформансы и лекции сменяли друг друга.

Для основного проекта не было привезено ни одной работы художника – все должно было создаваться «здесь и сейчас», на месте, в коммуникации со зрителем. Данный формат не был характерен для предыдущих московских биеннале современного искусства. Обычно это была выставка работ художников. Подобный формат – не изобретение кураторов VI Московской биеннале современного искусства, а общемировая практика. В 2008 г. 28-я биеннале в Сан-Паулу проходила тоже в виде лекций, конференций и перформансов. Но, по отзывам прессы, «это дало

многим журналистам повод объявить, что биеннале в Сан-Паулу «находится на смертном одре» (Максимова Ю. Биеннале в Сан-Паулу под угрозой // ARTinvestment.RU. 22.11.2008). Такая форма проведения Биеннале в Сан-Паулу была вызвана нехваткой финансирования. В случае с VI Московской биеннале современного искусства можно сказать, что дискуссионный формат был выбран в том числе именно по этой же причине – недостатка финансирования.

В итоге об этом формате положительно отозвались и кураторы данной биеннале, и участники, а критики указали, что это формат прогрессивен и интересен для общения и взаимодействия. Но для широкой аудитории данный формат не очень понятен и организационно мало удобен, тем более что тщательно его подготовить в силу объективных причин организаторы не успели. Если для следующей биеннале будет опять избран формат перформансов, лекций и событий, то важно помнить, что он требует не менее тщательной проработки, чем традиционная выставка. Необходимо также готовить к данному непривычному формату публику и прессу, расширять привлекаемую аудиторию.

Следует назначить ответственных сотрудников по ключевым направлениям PR-кампании события. Очень важно формирование надежной репутации мероприятия и позитивного отношения к нему со стороны зрителей и профессионального сообщества. Активная модернизация сайта (например, создание более удобного интерфейса) послужит целям продвижения и популяризации биеннале. Маркетинг необходимо реализовывать как единую стратегически выверенную программу действий.

Для более глубокой проработки организации выставок возможны изменение периодичности события с биеннале на триеннале или quadriеннале и тем самым увеличение срока подготовки мероприятий.

Комиссар биеннале И. Бакштейн выделяет в качестве показателя успеха VI Московской биеннале современного искусства публикации в прессе (международной и отечественной) [4]. Одна из проблем данной биеннале – невысокая посещаемость события. Этот вопрос необходимо решать, реализуя мероприятия по привлечению дополнительной аудитории, в том числе за счет более активной работы с людьми с ограниченными возможностями.

Помимо вышесказанного, Московская биеннале современного искусства активно воздействует на художественную жизнь: под ее влиянием создаются другие биеннале. Как площадка для взаимообмена идеями и информацией и популяризации современного искусства, биеннале влияет на создание образа Москвы и страны. Для художника участие в биеннале – возможность стать известным.

Крайне важно найти средства для реализации задуманного. В разные годы проведения московские биеннале современного искусства финансировались в разном размере. III Московская биеннале современного искусства в 2009 г., несмотря на финансовый кризис, была самая дорогая и успешная из всех московских биеннале современного искусства. В статье «Московская биеннале: история и структура из первых уст. Рассказывает комиссар» в The Art Newspaper Russia (04.08.2013) И. Бакштейн говорит о финансировании III и V Московских биеннале современного искусства следующее: «Стоимость проведения Московской биеннале составляет примерно 90 млн р., или около € 2,3 млн. Для сравнения: средняя европейская биеннале (стамбульская, берлинская) обходится организаторам в € 4–5 млн. Самая престижная азиатская биеннале – в Южной Корее, Кванджу – стоит \$ 10 млн. Самой дорогой была III Московская биеннале в 2009 г., ее основной проект проходил на площадке «Гаража» в Марьиной Роще». По его словам, получается, что, несмотря на кризисный 2009 г., на III Московскую биеннале современного искусства было выделено больше всего средств.

На проведение VI Московской биеннале Министерством культуры было выделено всего 30 млн р., по данным статьи М. Бодэ «Десять дней, которые встряхнут Москву» в The Art Newspaper Russia (22.09.2016) и по информации с официального сайта Министерства культуры РФ. По общим подсчетам, без учета средств спонсоров, бюджет VI Биеннале оказался в половину меньше бюджета прошлой V Биеннале.

Но финансирование не является главной и единственной причиной неуспеха VI Московской биеннале современного искусства. Событийный формат – неудачная кураторская тактика при проведении биеннале, не удавшаяся ни в Москве (2015), ни в Сан-Паулу (2008). Отсутствие времени и возможности тщательно подготовить основной проект как офлайн, так и онлайн отпугивает аудиторию. Как следствие, разрушается положительный имидж Московской биеннале современного искусства и высказываются предложения о ее прекращении в дальнейшем.

Нельзя согласиться с мнениями художественной общественности, что VI Московская биеннале современного искусства удалась (например, в статье А. Лапиной «10 дней, которые потрясли ВДНХ» в The Art Newspaper Russia (02.10.2015), где приводятся итоги биеннале со слов участников, оценки в целом положительные, особенно выделена дружественная атмосфера).

Вместе с тем не стоит предрекать этому проекту скорую смерть. Отмена проекта нерациональна в связи с тем, что, как уже говорилось ранее, он входит в культурный капитал московской зрительской аудитории. Эффективными представляются дальнейшие эксперименты в маркетинге, менеджменте и кураторстве биеннале и более широкое ее изучение.

Ссылки:

1. Государственный доклад о состоянии культуры в Российской Федерации в 2013 году [Электронный ресурс] / Министерство культуры Российской Федерации. URL: http://mkrf.ru/upload/mkrf/mkdocs2014/doklad_block.pdf (дата обращения: 14.12.2016).
2. Подробнее см.: Там же.
3. Круглый стол: 6-я Московская биеннале современного искусства [Электронный ресурс] // Артгид. 2015. 2 окт. URL: <http://artguide.com/posts/888> (дата обращения: 07.12.2016).
4. См. запись интервью: Видеозапись встречи с Иосифом Бакштейном в клубе «Цвет ночи» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=-kxAchaemR0> (дата обращения: 07.12.2016).

References:

'Roundtable discussion: The 6th Moscow Biennale of Contemporary Art' 2015, *Artgid*, October 2, viewed 07 December 2016, <<http://artguide.com/posts/888>>, (in Russian).