

Костянтин НІКІТЕНКО

*завідувач кафедри менеджменту мистецтва ЛНАМ,
доктор історичних наук*

РОЗВИТОК САМОМЕНЕДЖМЕНТУ У ТВОРЧІЙ ДІЯЛЬНОСТІ МИТЦІВ

Анотація. Дослідження присвячене аналізу особливостей самоменеджменту мистецтва у творчій діяльності митців. Окрему увагу приділено вітчизняному досвіду розвитку концептуального мистецтва — перформансу. Доведено, що новаторський підхід, сміливий пошук нових форм, певна революційність або навіть провокаційність творчості, аналіз загального суспільно-політичного та економічного контексту, певна унікальність і харизматичність митця можуть стати прикладом вдалого самоменеджменту й запорукою довгої та успішної кар'єри.

Ключові слова: мистецтво, менеджмент мистецтва, перформанс, концептуалізм, самоменеджмент.

Аналізуючи проблематику менеджменту мистецтва, слід брати до уваги та розуміти його визначальні особливості: непростий процес адаптації теорії традиційного, класичного менеджменту до завдань, які стоять перед митцями або мистецько-культурними інституціями. Зокрема, фундаментальний конфлікт полягає вже в самому визначенні ефективності роботи менеджера. Якщо в будь-якій іншій галузі основним показником якості роботи управлінця є отриманий прибуток, то в мистецтві все не є настільки однозначним. Адже для багатьох митців питання грошової винагороди взагалі не є суттєвим і визначальним для їхньої творчості. Мотивація їхньої діяльності може полягати в зовсім іншій площині: це і моменти самореалізації, бажання змінити світ (талановиті митці здатні не лише досліджувати концептуальний простір, але й трансформувати його), і прагнення слави, іноді навіть поштовхом для творчості стають різноманітні межові стани та застарілі психосоматичні травми.

Конфлікт має також і ще один аспект: далеко не завжди “високе”, справді якісне мистецтво знаходить свого глядача, і навпаки, масова культура в сучасному суспільстві, орієнтова-

ному насамперед на споживання, досить часто є лише доволі низькопробним кітчем, що має до мистецтва дуже опосередкований стосунок — перетворює його на суто розвагу. Тож головною проблемою функціонування менеджменту в сфері мистецтва сучасні дослідники вважають забезпечення єдності між теорією і практикою менеджменту та сучасним мистецтвом [1]. Водночас, ці питання досі залишаються недостатньо опрацьованими, а вітчизняна специфіка взагалі залишається поза увагою дослідників. Так, у базовому курсі лекцій “Менеджмент мистецтва” голландського вченого Г. Гагоорта, професора Утрехтської школи мистецтв, досліджено насамперед європейську практику, а досвід усіх пострадянських країн (у тому числі й України) отримав лише побіжну згадку (та й ту лише в сенсі негативної тоталітарної ретроспективи) [2, 53]. Безумовно, подібний підхід абсолютно не відповідає тим викликам, які стоять перед сучасною Україною. Насамперед це стосується недосконалості вітчизняної мистецької інфраструктури та певної заангажованості арт-простору, через що для митця однією з найгостріших проблем стає просування свого продукту або питання самоменеджменту. Цим зумовлена мета статті — розкрити особливості самоменеджменту у творчій діяльності митців.

Перші кроки менеджмент мистецтва на теренах нашої країни був змушений робити у надзвичайно несприятливій, навіть ворожій атмосфері. У СРСР панував соцреалізм. Культурне життя було надзвичайно розвинутим, але під абсолютним контролем держави. Нові форми могли розвиватися лише напівпідпільно, постійно балансуючи на межі або заборони, або кримінального переслідування. Самоменеджмент митця, скерований на фінансовий успіх, мав небагато шансів на існування, адже легко трактувався як кримінальний злочин — “спекуляція”. Саме тому однією з небагатьох можливостей заявити про себе для художника-новатора стали різноманітні перформанси. Адже цей вид концептуального мистецтва, з одного боку, на відміну від живопису або скульптури, практично не залишає за собою “складу злочину” — картин або скульптур, у яких пильні працівники каральних органів могли б

вгледіти “антирадянщину”, а з іншого — передбачає безпосереднє людське спілкування, під час якого всі дії, пози, жести, костюми та процеси набувають символічного характеру. В країні, де було унеможливлено вільне висловлювання своїх думок, мова символів і натяків стала єдиним реальним творчим простором. Також важливим аргументом на користь саме цього виду мистецтва стало те, що як наголошують Р. Шмагало та І. Гнатишин, автори “Словника педагогіки художньої культури та менеджменту мистецтва: терміни, поняття, дефініції”: “Він (перформанс. — К.Н.) відбувається, а не його виконують, і грошей на споглядання зазвичай не вимагають” [3, 103]. Адже комерційний успіх у підрадянському суспільстві для напівпідпільного революційно-авангардного мистецтва став швидше проблемою, “складом злочину”, ніж головною метою.

Зауважимо також, що “класичний” перформанс завжди був своєрідним викликом, провокацією, передбачав багатовекторність оцінок і суджень. Як правило, вистави побудовані на символах, більшість з яких глядачі взагалі могли сприймати лише на підсвідомому рівні. Розуміння того, що саме хотів сказати художник своїми діями, прямо залежало від рівня підготовленості аудиторії. Якщо у світі жанр перформансу виник у 1960-х роках, під супровід студентських революцій, руху гіпі та протиставлення індивідуума суспільству споживання, то в СРСР у ці часи відбувалися зворотні процеси. Мертвотний період “застою”, боротьба з дисидентами, примусова каральна психіатрія, — здавалося, змін на краще годі чекати. Проблеми існування особистості в СРСР цього періоду нагадували кращі взірці літератури абсурду й жахливі передбачення антиутопій водночас.

Підпільні художники-акціоністи того часу довели до абсолюту абсурдність існування радянської реальності. Сміливі перформанси, що не були покликані уславлювати “свято праці” доярок і шахтарів, викликали шалену зацікавленість у певних колах творчої інтелігенції. Яскравим прикладом стала діяльність арт-гурту “Мухомори”. Характерною ознакою часу стало те, що молоді люди, члени цього об’єднання, навіть не намагалися позиціонувати себе як художників, а свою діяльність —

як мистецтво. Вони відверто “клеїли дурня”, щиро вважаючи, що саме цим займається більшість мешканців СРСР, які, втім, змушені робити це із серйозним і поважним виглядом. Вистави “Мухоморів” перетворювалися на своєрідне криве дзеркало, яке відбивало радянську дійсність. Принцип “перетворювати все на балаган” став визначальним у їхній творчості. Відповідно, навіть свої акції “Мухомори” називали “витівками”, що стало ідеальною характеристикою їхнього протестного духу.

Варто згадати, до прикладу, першу “виставку картин”, що відбулася в Москві 1975 р. Усі “Мухомори” були в класичних костюмах, які, втім, були одягнені задом наперед, а замість картин на стінах у рамках висіли стільчаки від унітазів. Самі ж “художники” під акомпанемент роботи механічної бритви хором зачитували глядачам свої вірші, які були абсурдистським коктейлем з політичних гасел того часу, промов керівників партії, уривків відомих пісенних композицій тощо. Також була складена й низка «політичних маніфестів» від відкритого листа Маргарет Тетчер до “Перспективного плану викрадення з Третьяковської галереї картини “Явлення Христа народу”. Згідно з цим планом, “Мухомори” згодом збиралися обміняти викрадену картину в Саудівській Аравії на мільйон барелів нафти, яку потім через підставних осіб планували продати Сполученим Штатам Америки, а на отримані кошти відкрити в СРСР Перший музей концептуального мистецтва (звісно, і “відкритий лист”, і “план викрадення” були лише формами творчої самореалізації, черговим проявом мистецького балагану).

Свого часу мала чималий резонанс у певних колах акція “Скарб” (1979 рік). “Мухомори” закопали в лісі одного з учасників гурту (поклавши до його імпровізованої «труни» ліхтарик і зошит з ручкою — для детального запису вражень “покійника”, передбачалося, що кульмінацією дійства стане читання цього “щоденника”), після чого всім глядачам, які прибули на місце перформансу, було роздано лопати та запропоновано шукати “скарб”. Зауважимо, що акція мало не закінчилася трагічно, адже в підсумку “Мухомори” забули точне місце “поховання”, і кілька десятків людей понад годину в паніці перекопували ліс. Відповідно, жодного читання “щоденника” не відбулося.

денника” не відбулося, адже врятований, перебуваючи в шоковому стані, одразу побіг до міста [4].

Отже, “Мухомори” прагнули синтезувати своє бачення культурної, політичної та соціальної проблематики з ігровою формою футуристсько-соцартистського перформансу. Фактично мистецький жест став для “Мухоморів” не лише способом самовираження, а взагалі єдиною можливим способом життя. Навіть звичайна, буденна зустріч з друзями перетворювалася на акцію-“витівку”, за допомогою, приміром, перевдягання в карнавальні костюми або складання чергового “маніфесту”. Зауважимо, що такі дії стали формою надзвичайно вдалого самоменеджменту, який, хоча й не приніс членам гурту жодного комерційного успіху, утім зробив їх відомими в певних колах (приміром, їхній музичний альбом “Золотий диск” був негайно занесений Міністерством культури до списку творів, прослуховування яких у СРСР було категорично заборонено, нарівні, приміром, з творами “Пінк Флойд” та іншою класикою року), а також став дороговказом для величезної кількості послідовників. “Витівки” гурту стали відомими не лише в столицях (Москві або Києві), але й у радянській провінції, звісно, отримавши неминуче нашарування різноманітних чуток і легенд. Можна сказати, що “Мухомори” стали творцями власної міфології.

Наприкінці 1980-х років у СРСР, у період гласності та лібералізації, радикально змінилися уявлення про художника, глядача, творчість і комерцію. Неофіційні художники отримали можливість не лише вільно виставлятися і в СРСР, і за кордоном, але й зрозуміли, що мистецтво може бути доволі прибутковим. Зіткнення з ринком вимагало від митців докорінно нових підходів до оцінки своєї творчості. Нові часи вимагали переосмислення сутності мистецтва. Класична формула менеджменту мистецтва, яку сформулював свого часу директор одного з німецьких театрів “Ми робимо це заради втіхи, а не грошей (але для втіхи ми потребуємо грошей!” [2, 41] стала актуальною і для громадян СРСР. Відповідно, перед майстрами відкрилися два принципово різні шляхи. Можна сказати, що митці доби пізнього Союзу нарешті зіткнулися з пробле-

мою, яку менеджери демократичного світу вирішували впродовж багатьох років: поєднання комерції та творчості.

Часи принципових бунтарів, які працювали винятково заради високої ідеї, демонстративно протиставляючи себе світу комерції, відходили в минуле. Шукати будь-який сенс, подвійний глибокий зміст або якісь зашифровані послання в перформансах 1990-х років у масі своїй вже було намарно. Акції були скеровані насамперед на максимальну епатажність, що гарантувало широкий розголос і, відповідно, якнайбільшу рекламу. Фактично мистецтво свідомо приносило в жертву комерційному успіху. Зокрема, таким чином побудував свою кар'єру колишній киянин, а згодом мешканець Москви художник-акціоніст Олег Кулік.

Безумовно, київська або московська публіка у 1990-х роках вже не перебувала в тому інформаційному вакуумі, що був характерним для епохи застою. Саме у зв'язку з тим, що шокувати тогочасне суспільство вже не було настільки легким завданням, акціоністам доводилося обирати максимально провокаційні, навіть інколи непристойно-огидні форми. Утім, саме так народився перформанс людина-собака Олега Куліка. Сенс акції (уперше відбулася в листопаді 1994 р.), на відміну від перформансів часів СРСР, полягав не в критиці панівної ідеології, боротьбі за права людини або привертанні уваги до якихось суспільно-політичних проблем, а винятково в самому шоу. Зауважимо, що "шоу" було доволі нескладним: абсолютно голий чоловік на центральних вулицях Москви вдавав із себе агресивну собаку. Кулік голосно гавкав, кидався на людей, намагався покусати перехожих, шукав на собі паразитів тощо — демонстрував максимально "собачу" поведінку. Незважаючи на той факт, що "шоу" тривало лише близько тридцяти хвилин, суспільний резонанс був шаленим — народилася нова "зірка". Світ дізнався про існування Олега Куліка.

Заради закріплення ефекту О. Кулік ще кілька разів організовував аналогічні перформанси, кожен з яких отримував активне висвітлення у пресі та на телебаченні, про нього знімали документальні фільми та писали статті. Здобуваючи скандальну славу, О. Кулік позиціонує себе як художника. Фото-

графії перформансів, картини “людини-собаки”, експозиційні проекти (які експлуатували насамперед теми оголеного тіла в поєднанні зі сценами насильства, з широким використанням тваринної тематики) були виставлені на десятках різноманітних виставок. Присутність скандального акціоніста гарантувала широку рекламу, якщо ж об’єми продажів йшли на спад, “людина-собака” знов з’являлася на публіці. Був створений бренд максимально “модного” художника [5, 269-280].

О. Кулік робив спроби вийти й на міжнародний рівень, шокуючи мешканців європейських столиць. Утім, європейська терпимість і толерантність завжди мали свої чіткі визначені законодавством межі. Так, коли “людина-собака” спробував виставити свої роботи в Парижі на виставці сучасного мистецтва FIAC, то йому було негайно висунуте звинувачення одразу за кількома статтями кримінального кодексу: порнографія, пропаганда насильства, зоофілія тощо. Утім, за щирим зізнанням самого художника: “Цей скандал став дуже вигідним для мене. Частина робіт була продана, навіть перебуваючи зачиненою у сейфах виставки” [6].

Зауважимо, що такий активний самопіяр, характерний для митців 1990-х років, усе ж не здійснив принципової революції в розвитку теорії менеджменту. Адже питання самоменеджменту творчі особистості намагалися вирішити впродовж усієї історії становлення мистецтва. Зміна часу вимагала відповідних змін методик просування свого продукту, які, доповнені раціональним аналізом ринку попиту (у випадку з О. Куліком спрацювала формула ще часів Римської імперії — “хліба та видовищ”), могли забезпечити комерційний успіх.

Утім, навіть у нових умовах ринкового диктату далеко не завжди самоменеджмент митця був звужений лише до прагнення матеріальної вигоди. Варто наголосити, що в певних регіонах України (насамперед у Донецькій та Луганській областях) у перші десятиліття незалежності відбулося неофіційне розмежування інтересів між київською владою та місцевими бізнес-елітами. Хоча і стосувалося це насамперед економічної сфери, але призвело до певної консервації найгірших проявів “совка” у межах окремо взятих територій. Це виявлялося не

лише в турботливому збереженні численних пам'ятників Леніну, але й у певних ментальних атавізмах радянського минулого, що пережили свої часи на десятиліття. Відповідно, місцевим митцям укотре довелося вирішувати проблеми та завдання, які у світі вже давно втратили свою актуальність. Адже реакція значної частини донецької публіки на виступи молодих авангардних арт-гуртів загалом не дуже відрізнялася від тієї, яку продемонстрував М. Хрущов 1 грудня 1962 р. на виставці художників-авангардистів.

У цьому контексті варто згадати донецький гурт “ВП” (офіційного варіанту розшифрування цієї аббревіатури не існувало — кожен мав право запропонувати своє бачення), який запам'ятався свідомим доведенням своїх виступів до тотального й безжального абсурду. Зауважимо, що залежно від ситуації, учасники гурту позиціонували себе то як рок-групу (і в цій якості брали участь у різноманітних музичних заходах і фестивалях, зокрема, і в “Червоній Руті”), то як театр-студію (регулярно виступаючи на регіональному театральному фестивалі “Еко-Арт”).

Жанр перформансу виявився новим і доволі незвичним для шахтарського краю, тож кожен виступ гурту супроводжувався чималим суспільним резонансом. Зокрема, кореспондент газети “Макеевський рабочий” у жовтні 1999 р. так висвітлював гастрольний виступ гурту: “ВП одразу привернули до себе увагу більш ніж нетрадиційними сценічними костюмами, які склалися, окрім всього, з простирадл, краваток, тюрбанів, тільників і вушанок у стилі листоноші Печкіна. Не менш ексцентричним була й поведінка гурту на сцені. Макіївська молодь деякий час не могла зрозуміти, у чому сенс того, що відбувалося, настільки це відрізнялося від традиційних моделей. Сам гурт визначив свій стиль як поєднання концептуалізму і “ніякої хвилі”, я б швидше охарактеризував його як кітчевий псевдопанк, або, ще вірніше, як відверте знущання над музикою і самою естетикою року” [7].

Отже, за умов фактично тотальної відсутності мистецької інфраструктури в регіоні того часу (значну кількість вистав “ВП” показали просто на вулицях) гурту митців-одномудців

вдалося не лише створити культурний проект, але й завдяки численним, іноді доволі провокаційним виступам, вдалося проіснувати “на слуху”, беручи участь у різноманітних фестивалях і мистецьких програмах, отримуючи постійну підтримку журналістів і критиків, майже десять років. Навіть провідне на пострадянському просторі Санкт-Петербурзьке рок-видання “Fuzz” присвятило публікацію виходу дебютного альбому гурту (який насправді був лише талановитою музичною містифікацією). Зауважимо, що таке “довгожителство” стало своєрідним рекордом для відверто антикомерційного проекту (члени гурту принципово відмовлялися брати гроші за свої виступи). Утім, перевагою цього методу самоменеджменту стало те, що члени гурту впродовж усієї творчої кар’єри залишалися незалежними й могли займатися, у їхньому розумінні, “чистим” мистецтвом.

Таким чином, не існує єдиної формули успіху діяльності творчої особистості. Змінюється світ, змінюється уявлення людини про себе й про мистецтво. Суспільні настрої та вподобання а ргіогі не можуть бути тотожними та однозначними. Безумовно, існує пряма залежність шляху митця від рівня розвитку культурно-мистецького середовища в країні загалом. Утім, наполеглива праця, підкріплена усвідомленням суспільного запиту та аналізом ринку, завжди дає свої результати. Новаторський підхід, сміливий пошук нових форм, певна революційність або навіть провокаційність творчості, аналіз загального суспільно-політичного та економічного контексту, певна унікальність і харизматичність митця можуть стати прикладом вдалого самоменеджменту та запорукою довгої та успішної кар’єри.

1. *Тульчинский Г.Л.* Менеджмент в сфере культуры: учеб. пособие / Г.Л. Тульчинский, Е.Л. Шекова. — 2 изд., исправл. и доп. — СПб.: Лань, 2003. — 528 с. 2. *Гагоорт Г.* Менеджмент мистецтва. Підприємницький стиль / Г. Гагоорт ; пер. з англ. Б. Шумилович. — Львів : Літопис, 2008. — 360 с. 3. *Шмагало Р.Т.* Словник педагогіки художньої культури та менеджменту мистецтва: терміни, поняття, дефініції / Р.Т. Шмагало, І.А. Гнатишин. — Львів : ЛНАМ, 2012. — 160 с. 4. “Мухоморы” — дети эпохи “застоя” [Електрон. ресурс]. — Режим до-

ступу: <http://www.3vozrast.ru/article/nostalgia/televizor/659>. 5. Дре́вс-Силла Г. Телесные опыты человека-собаки: «Собака Павлова» Олега Кулика / Г. Дре́вс-Силла // Русская литература и медицина: Тело, предписания, социальная практика: сб. статей. / под ред. К. Богданова, Ю. Мурашова, Р. Николози. — М. : Новое издательство, 2006. — С. 269-280. 6. Добрякова Е. Олег Кулик: “Я могу вызывать омерзение” [Электрон. ресурс]. — Режим доступа: <http://www.nvsrb.ru/stories/olegkulikeyamoguvizivat>. 7. Жиловец Ю. День, когда мы вместе / Ю. Жиловец // Макеевский рабочий. — 1999. — 12 жовт.

Annotation

Kostiantine Nikitenko. The development of self-menedgement in the creative activities of artists. *The study focuses on the analysis of art self-management characteristics in the creative activities of artists. Special attention is paid to the domestic experience of the conceptual art performance development. It is proven that innovative, courageous search for new forms, some being revolutionary or even provocative, a general socio-political and economic dimension, a certain uniqueness and charisma of the artist can become an example of successful self-management and the key to a lonlasting and successful career.*

Key words: art, art management, performance, conceptual art, self-menedgement.

Аннотация

Константин Никитенко. Развитие самоменеджмента в творческой деятельности работников креативных индустрий. *Исследование посвящено анализу особенностей самоменеджмента искусства в творческой деятельности работников креативных индустрий. Отдельное внимание уделено отечественному опыту развития концептуального искусства — перформанса. Доказано, что новаторский подход, смелый поиск новых форм, определенная революционность или даже провокационность творчества, анализ общего общественно-политического и экономического аспекта, определенная уникальность и харизматичность художника могут стать примером успешного самоменеджмента и залогом долгой и успешной карьеры.*

Ключевые слова: искусство, менеджмент искусства, перформанс, концептуализм, самоменеджмент.