

## **Eesti Kaasaegse Kunsti Arenduskeskus on kujunenud kompetentsikeskuseks**

Intervjuu projektijuht Kadri Laasiga, Eesti Kaasaegse Kunsti Arenduskeskus

Brigita Reinert, Eda Tuulberg

### **Mis on Kaasaegse Kunsti Arenduskeskuse missioon ja visioon ning millised eesmärgid olete endale seadnud?**

Visiooniks on eetiline ja jätkusuutlikult arenev kunstiturv, mis annab riikliku rahastuse kõrval võimalusi kunstnikel uusi teoseid produtsseerida. Sealjuures on eesmärgiks erarahastuse suurendamine, mis omakorda toetab Eesti kunstnike rahvusvahelistel näitustel osalemist ja ringlust kunstimeside globaalses süsteemis. Sest EKKAK-i missioon on ka Eesti kaasaegse kunsti rahvusvahelise nähtavuse toetamine ja võimendamine, Eesti galeriivälja professionaliseerumine ning Eesti galeriide rahvusvahelise konkurentsivõime suurendamine. Oleme iga kahe aasta tagant oma eesmärgid ja tegevused üle vaadanud ning teinud järeldused, mis töötab ja mis mitte ning teeme seda ka edaspidi. Esimene eesmärk – Eesti kaasaegset kunsti rahvusvaheliselt toetav ja kodus arendav keskus – on loodud ning tegutsenud edukalt neli aastat.

### **Kuidas keskus loodi?**

EKKAK on 2011. aastal registreeritud mittetulundusühing. Juba sel hetkel oli Ettevõtluse Arendamise Sihtasutuses avatud vastav loomemajanduse meede, mille vahendid tulevad Euroopa Regionaalarengu Fondist. Oli selge, et teised kultuurivaldkonnad nagu muusika, disain ja arhitektuur oskasid pakutavat lisarahastust kasutada palju paremini kui kunstivaldkond.

Arenduskeskuse loomise idee tuli tegelikult galeriidelt. Tunti vajadust katusorganisatsiooni järele, mis koondaks, teeks ühisturundust ja initsieeriks koostööd kõigi teiste institutsioonidega kunstivaldkonnas. Eestvedajaks oli Temnikova & Kasela galerii, kes koostöös ekspertidega kirjutasid EAS-i projekti, kaasates teised galeriid partneritena. Kui projekt 2012. aasta algul käima lükati, liitusime mina ja Karin Laansoo projekti läbiviijatena.

### **Kuidas erinevad teie roll ja eesmärgid kohalikul ning rahvusvahelisel kunstiväljal?**

Siseriiklikult on fookuseks arendustegevus, põhirõhuga koolitustel ja seminaridel. Koostöös Eesti Kunstiakadeemiaga alustasime 2012. aastal galeristide meistrkursusega, mis toimub koostöös Eesti Kunstiakadeemiaga. Oli näha, et vajadus galeristihariduseks on olemas. Isegi kunstiteaduse magistrantuuri lõpetavad inimesed ei ole tihti teadlikud sellest, mis on galerii ning kuidas see töötab. Nüüd oleme kahel aastal (2016. aastal tuleb kolmas) korraldanud ligi kolmenädalast intensiivkursust Kunstiteaduse Instituudis. Kuivõrd Eestis puudus galeriipraktika võimalus, lõime intensiivkursuse kõrvale rahvusvahelise galeristipraktika programmi, kus on

praeguseks osalenud üheksa noort galeristi ja kunstikorraldajat. Kohalikul väljal on lisaks väga oluline väliskuraatorite visiitide organiseerimine.

Kui rääkida EKKAK-i rollist rahvusvahelisel väljal, siis toetame tegevusi, mis aitavad võimendada Eesti kaasaegse kunsti nähtavust rahvusvahelisel areenil. Selleks võib olla turundus rahvusvahelistes kunstiajakirjades, kontaktürituste korraldamine sihtriigis või partnerorganisatsioonide (nt Temnikova & Kasela, Lagemik, Vaal jne) toetamine kunstimesidel osalemiseks.

### **Kuidas erinete oma tegevuses Kaasaegse Kunsti Eesti Keskusest?**

KKEK on väga pika ajalooga kaasaegse kunsti organisatsioon, mille roll oli 90ndatel äärmiselt oluline ning ka tänapäeval täidab KKEK esmase kunstivaldkonna infokeskuse rolli. Sisukas raamatukogu, Eesti kunstnike videoteoste kogu ning füüsiline keskuse ruum annab hea võimaluse olla vajalikuks infoallikaks nii Eesti kunstiringkonnale kui väliskülalistele. EKKAK on kasutanud nii KKEK-i veebis välja toodud kunstnike infot kui mitmeid KKEK-i trükiseid kasulike algmaterjalidena Eesti kunsti tutvustamiseks väliskuraatoritele.

EKKAK on noor ja paindlik eraalgatuslik mittetulundusühing, mille algatamise eelduseks oli vajadus organisatsiooni järele, mis kutsuks koostöösse galeriid ning institutsioonid. Oma partnerinstitutsioone ühendava organisatsioonina on EKKAK-i eesmärgiks rahvusvaheliste partnerlussuhete loomine kaasaegse kunsti väljal. Seega ongi EKKAK-i tegevussuunad peamiselt ajendatud meie partnerite vajadustest ja tegevustest, olgu see galeriide puhul välismessidel osalemise toetamine, uutele turgudele sisenemiseks kontaktürituste korraldamine, kohalike galeriidega ühisürituste korraldamine või Eesti Kunstiakadeemias galeristide koolitamise täiendamine. Lisaks on EKKAK kujunenud ka kompetentsikeskuseks, kust küsida nõu ja abi kunstiteru, galerii asutamise, kunstnikega koostöö, rahvusvaheliste kontaktide, väliskommunikatsiooni ja lisarahastuse teemadel.

### **Kuidas on korraldatud teie välis- ja sisekommunikatsioon?**

Kommunikatsiooniplaan sõltub projektist, millega hetkel tegeleme ning laias laastus võib plaani jagada kolmeks. Esiteks siseriiklik pressilistile ja kohalikele kontaktidele pressiteadete ja kutsete kaudu. Saadame pidevalt enda tegemiste, partnerite edu ja kunstiürituste kohta infot laiali. Oleme aktiivsed sotsiaalmeedias (EKKAK-i Facebooki lehel on 1500 jälgijat), samuti on meil mõned kokkulepped kohaliku meediaga, näiteks alustas ajakiri Diivan ateljeevisiitide sarjas osalenud kunstnike tutvustamist ajakirja veergudel. 90% meie pressiteadetest on olnud meedias kajastatud, mis on väga hea tulemus. Kui alustasime, lasime kommunikatsiooniekspertidel teha ülevaate Eesti meedias viimastel aastatel ilmunud kunstiteemalistest artiklitest ja tagantjärele on näha arenduskeskuse asutamisega paralleelselt toimunud tuntavat elavnemist kunstiteemade ümber – hakkasid tekkima reaalsed edulood Eesti kunstnikega peaosas.

Rahvusvahelises plaanis on meil ingliskeelne kontaktide list ligi tuhande jälgijaga. Sarnaselt eestikeelsete pressiteadetega, saadame väliskontaktidele infot regulaarselt.

Meil on kokkulepped suuremate rahvusvaheliste kunstiajakirjadega Eesti kunstinäituste ja -ürituste reklaamiks. EKKAK on siin endale võtnud vahelüli rolli, kus esiteks saame oma kohalikele partnerorganisatsioonidele maandada kulusid ja välja sorteerida näitused, mis kindlasti peaksid rahvusvahelise publiku teadvusse jõudma. Hetkel ei saa Eestis asuvad näitusepinnad üksikult endale sellist väljaminekut lubada. Oleme avaldanud reklaami ja Eestis toimuvate näituste infot Frieze'is, Artsys, ArtReviews, Flash Artis ja e-fluxi väljaannetes. Eesti kunstiinstitutsioonide näitusegevuse regulaarne teavitamine rahvusvahelises kunstimeedias on võtmetähtsusega Eesti nähtavuse suurendamiseks rahvusvahelisel areenil. Kohalike näituste rahvusvahelised reklaamid saadavad selge sõnumi Eesti kaasaegse kunsti osalemisest rahvusvahelises inforingluses ning annavad võimaluse professionaalsele publikule ka ilma Eestisse tulemata olla kursis siinsete institutsioonide näituseprogrammiga. Reklaamid loovad usaldust ning samas äratavad huvi siinse kunstivälja vastu.

Kolmas kommunikatsioonisuund sõltub sellest, millises riigis konkreetselt Eesti kunstisündmused toimuvad. Paljude edu toonud välisürituste puhul on näha, et kõige paremini töötab see, kui meeskonnas on sealseid kontakte ja kohalikku konteksti tundev PR-isik, kes aitaks kohalikus plaanis olulise publikuni jõuda. Kuna töötame regiooniti, siis näiteks Londoni ja Brüsseli meediamaastik erineb oluliselt New Yorgi ja Mexico City omast. Ülivähestel PR-inimestel või -firmadel on nii laia kompetentsi ja kui on, siis kajastub see ülikõrges hinnas. Kõige ökonoomsem on leida kohalik kunstikommunikatsiooniga tegelev ekspert ning töötada temaga projektipõhiselt.

### **Tallinna Teisipäeva eesmärk on suurendada koostööd kunstivälja siseselt ja teisalt tõmmata suuremat meediatähelepanu? Kas see tähendab, et sihtgrupp on ka laiem?**

Jah, eesmärgiks on muuhulgas kutsuda uut publikut galeriisid külastama. Meediakajastuse taustal on selgelt näha, et peale ürituse tutvustust Aktuaalses Kaameras lisandus galeriituurile ka grupp „uudistavat“ publikut, kes antud näituste ruumides varem käinud ei olnud. Tallinna Teisipäevast on kujunenud galeriidevahelise koostöö vorm, samuti ka platvorm Eesti kaasaegse kunsti tutvustamiseks laiemale publikule Eestis.

### **Kas tänapäeval on üldse võimalik hakkama saada ilma kunstnikulugude ja mütoloogiateta? Kui olulist rolli mängivad need kaasaegse kunsti kommunikatsioonis ja turunduses?**

Ma arvan, et ilma kunstnikuloota ei peagi hakkama saama. Igal kunstnikul, näitusel, üritusel ja teemal on alati lugu ja sõnum, millest publikuga rääkida ja just see lugu annabki aluse sellele, millist infot avalikkusele edastada. Kommunikatsioon on lihtsalt infotükk, mis peab samamoodi jõudma publikuni. Mida huvipakkuvamalt see infotükk edastatud on, seda paremini see levib. Enamik Eestis mõistetavaid kunstnikumütoloogiaid ei tööta rahvusvaheliselt, seal loevad faktid ning oskus n-ö null eelteadmiselega publikule kas konkreetset kunstnikku või Eesti kunstimaastiku veenvalt ja arusaadavalt kirjeldada.

**Kui palju panevad Eesti kunstnikud ise oma loomingu kommunikatsioonile rõhku? Milliseid võtteid kasutatakse ja kas on näha, et kunstnikud mõtlevad sellele?**

Ma arvan, et mõtlevad, kuid väga tihti ei teosta oma plaane. Võib-olla liigitub see negatiivse varjundiga nn enesepromo alla. Kunstniku enda loomingu kommuniqueerimise põhialuseks on korraldiku inglisekeelse veebilehe olemasolu. Nooremad kunstnikud on siinkohal palju aktiivsemad. Veebileht, portfoolio, jagatavad infofailid on olulised tööriistad. Kunstnikuna on oluline mõelda ka toimunud näituse korraldikele dokumenteerimisele. Kahjuks on tihti juhtumeid, kus lühiajaliselt kestnud näituse pildistamise plaan tuleb meelde alles siis, kui teosed juba maha võetud. Näituse järelelul on kommunikatsioonis samuti oluline koht.

Üheks kommunikatsioonivõtteks kunstnike puhul on ka pressiteate kasutamine enda loomingu pikendusena. Siin aga tekib küsimus, mis on pressiteate eesmärk – olla infoallikas või eraldi teos. Tihti ei olegi kunstnikud kõige paremad enda teostest rääkijad – miks mitte anda see roll kunstiteadlasele? Soovitsin kunstnikul teha ühe kuraatori või kunstiteadlasega pikem kokkulepe infomaterjalide kirjutamiseks.

**Millised on hetkel teie nõrgad kohad, mida peaks arendama, et keskuse tegevus muutuks veelgi konkreetsemaks ja efektiivsemaks?**

Nõrgad kohad on proportsioonis kunstivaldkonna nõrkade kohtadega laiemalt, nagu alarahastatus võrreldes teiste valdkondadega ja väike ring eksperte, kellel on välisprojektide kogemus. Suur osa ajast ja energiast läheb taotlustele ja aruandlusele. Oleme oma tegevustes lähtunud valdkonna nõrkadest kohtadest ning panustame nende lahendusse. Kohaliku kunstituru arenemine ja avanemine välisturule võimaldaks ühtlasi suurendada valdkonna rahastatust. Teeme jätkuvalt koostööd Fotokunstimessiga, mis on ainuke müügile suunatud kunstiüritus Eestis ning turule on lisandunud kunsti veebimüügile keskendunud kaasaegse kunsti keskkond NOAR.eu. Lisaks korraldame juba teist aastat potentsiaalsetele kunstiosõtjatele ja kunstihuvilistele suunatud ateljeevisiitide sarja. Seega arvan, et tuleks planeerida konkreetsemalt üritusi, mis oleks suunatud kogujatele ja nende kaasamisele.

Turu väiksusega seondub ka teine suurem arengukoht, milleks on eraraha senine vähene kaasatus kunstivaldkonnas. Arenduskeskuse ja Eesti ettevõtjate poolt algatatud Outset Eesti võimaldab eraettevõtjate ja eraisikute liikmemaksude kaudu toetada uute kunstiteoste loomist, suurprojekte ning Eesti kunstnike teoste jõudmist avalikesse kunstikogudesse kas ostu või kingina. See on olnud üks olulisemaid algatusi tervele kunstiväljale laiemalt.

Nii turu arendamise kui eraraha kaasatuse puhul on oluline, et vastav tegevus oleks läbipaistev ja selge. Hetkel on EKKAK koostöös kunstikoguja Riivo Antoniga välja töötamas kunstiindeksit, mis aitab kaardistada turu olukorda. Tegemist on statistilise abivahendiga, iseloomustamaks Eesti kunstiturgu, et oleks võimalik Eesti turu mahtu, hindasid, kunstnikke (nt meediumipõhiselt) võrrelda teiste riikidega ja siseriiklikult teiste kunstnikega.

## **Mis on kaasaegse kunsti kommunikatsiooni puhul kõige keerulisem?**

Ma arvan, et kommunikatsiooni puhul ei saa öelda, et kaasaegse kunsti kommunikatsioon on keerulisem, kui mõnest muust teemast rääkimine. Kommunikeerida saab absoluutselt kõike, sealjuures on kõige olulisemaks just selge info edastamine. Kui sisu loojana saadakse aru, milline info kellele korda läheb – milline materjal erialaajakirja, milline üldmeediasse ja kus asub su lugeja, ning teha otsused sellest lähtuvalt, ei peaks midagi keerulist olema. Nüriilt mõnda listi teksti tootmine ei tööta, isiklik suhtlemine nii publiku kui meediaga on kõige olulisem.

Vahepealse madalseisuga võrreldes on tuntavalt kasvanud kunsti kajastamine laiatarbemeedias, eriti televisioonis. Meedia kasvav huvi kunstiteemade vastu aitab parandada kunsti mainet, tutvustada uue põlvkonna tegijaid ja arendada kunstiteemalist diskussiooni.

## **Kui palju teete teadlikku eristust kommunikeerides enda tegemisi kunstivälja siseselt, võrreldes sellega, kuidas toimub kommunikatsioon laiemal meediaväljal?**

Teadlikku eristust laiemalt me ei tee, pressiteated saadame välja võimalikult laiale publikule. Alati on erandiks üritused, kuhu ongi kutsutud kitsam sihtgrupp, kuid kommunikatsioonile mõeldes teeme seda alati laiemat meediavälja silmas pidades.

Kohalikus meedias on suurt tähelepanu saanud nii Eesti kunstnike välispreemiad ja -tunnustused, arenduskeskuse tegevus kui rahvusvahelise maine loomine Eesti kaasaegsele kunstile laiemalt. Eesti kunstnike ei tunta rahvusvahelisel tasandil sellisel määral, mis annaks alust väita, et Eesti kunstnike tutvustamistöö, levi ja promotsiooni osas on saavutatud optimaalne tase – tegemist on pideva protsessiga, kuhu peab jätkuvalt suures mahus panustama.

Kui rääkida laiemast meediast, siis siin on oma loogika, üritusest või näitusest ei kirjutata, kui see ei paku laiemale publikule huvi. Võib juhtuda, et teema, mis on kunstiväljale väga oluline, üldmeedia üles ei korja. Tuleb olla teadlik sellest, millised kunstiteemad loovad avaliku dialoogi.