

3. *Podlasek Maria*. Wypędzenie Niemców z terenów na wschód od Odry i Nysy Łużyckiej. W., 1995. S. 68.
4. *Wiliechowski M.* Okiem historyka. Łódź. 1989. S. 198.
5. *Francioch M.* Socjologiczne aspekty problemu wypędzenia Niemców. \ Utracona Ojczyzna. Poznań, 1997. S. 174.
6. *Nitschke B.* Wysziedlenie czy wypędzenie? Toruń, 2000. S. 46–56, 61.
7. *Nitschke B.* Wysziedlenie czy wypędzenie? Toruń, 2000. S. 147.
8. *Mironowicz E.* Polityka narodowościowa PRL. Białystok, 2000. S. 71.
9. Projekt rozporządzenia Pełnomocnika Generalnego dla Ziemi Odzyskanych o oznaczeniu Niemców zamieszkałych na Ziemiach Odzyskanych. 11.04.1945. \ Niemcy w Polsce 1945 – 1950. Wybór dokumentów. T. 1. Władze i instytucje centralne. W., 2000. S. 131.
10. *Nitschke B.* Wysziedlenie czy wypędzenie? Toruń, 2000. S. 162.
11. Plan Sojuzniczej Rady Kontroli Niemiec przesiedlenia do Niemiec ludności niemieckiej z Austrii, Czechosłowacji, Węgier i Polski. 20.11.1945. \ Lippóczy Piotr, Walichnowski Tadeusz. Przesiedlenie ludności niemieckiej z Polski po II wojnie światowej w świetle dokumentów. W.–Łódź, 1982. S. 56–59.
12. Zestawienie stanu liczbowego ludności niemieckiej na Ziemiach Odzyskanych na 14 lutego 1946 r., opracowane przez Referat Statystyczny Departamentu Osiedleńczego MZO. 14.02.1946. \ Niemcy w Polsce 1945–1950. Wybór dokumentów. T. 1. Władze i instytucje centralne. S. 199–201.
13. Umowa między przedstawicielami brytyjskim i polskim w Połączonej Ekzekutywie Repatriacyjnej przy Sojuzniczej Radzie Kontroli Niemiec w sprawie przesiedlenia ludności niemieckiej z Polski do brytyjskiej strefy okupacyjnej Niemiec. 14.02.1946. \ Lippóczy Piotr, Walichnowski Tadeusz. Przesiedlenie ludności niemieckiej z Polski po II wojnie światowej w świetle dokumentów. S. 62–68.
14. Mniejszości narodowe w Polsce. W., 1998. S. 77.

УЗНІКНЕННЕ І ДЗЕЙНАСЦЬ НЕДЗЯРЖАЎНЫХ МАСТАЦКІХ ГАЛЕРЭЙ У МІНСКУ

К. Луцкина

Канец 80-ых гадоў мінулага стагодзя запомніўся некаму як час новай палітыкі, а некаму – як час новага мастацтва. Шырокія колы нашага грамадства адкрылі, што акрамя афіцыйнага існуе іншае – нефармальнае, вольнае ад стэрыятыпаў, так званы «андэграўнд». На хвалі цікавасці да гэтага новага мастацтва Беларусь перажыла сапраўдны галерэйны бум. Сама дэфініцыя «галерэі», якая мае некалькі значэнняў:

- дліннае крытае памяшканне, адна з прадольных сцен якога заменена калонамі ці сталбамі; длічны балкон;
- падоўжанае памяшканне з радам вокнаў замест адной з прадольных сцен;
- назва мастацкіх музеяў, памяшканне для дэманстрацыі твораў мастацтва.

Зразумела, што ў дадзеным выпадку разглядаюцца галерэі менавіта, як памяшканні для дэманстрацыі мастацкіх твораў. Галерэі адкрываліся пры творчых саюзах, камерцыйных структурах, навуковых і адукацыйных камерцыйных установах [1]... Маладому мастаку, нечлену творчага саюза цяжка прэтэндаваць на месца ў прэстэжнай зале выставаў. На пачатак 1990-х гг. у Мінску яшчэ не было галерэйнага асяроддзя, але гэты працэс – стварэнне незалежных прыватных галерэй – вельмі важны для кожнай краіны, мастацтва, мастакоў, простых гледачоў, таму што фармуючы галерэйнае асяроддзе мы фармуем і новую культуру, непадобную на ранейшую. Галерэі «новага тыпу» больш хутка рэагуюць на новыя павевы, больш мабільныя і сучасныя. На афіцыйных галерэях стаіць «штамп», кожная з іх мае свой нейкі афіцыйны статус і таму праходзіць даволі вялікі адрэзак часу, пакуль яны не зрэагуюць на той жа момант. Увогуле прыватныя галерэі з’яўляюцца вельмі важным элементам арт-рынку. Фармаванне гэтай структуры з’яўляецца цікавай тэмай як для мастацтвазнаўства і эканоміцы, так і для гісторыі. Таму што арт-рынак – гэта з’ява, якая павінна існаваць у кожным «нармалёвым» заходнім грамадстве. Але для нашай краіны гэта з’ява дастаткова новая. Яшчэ зусім нядаўна асноўным пакупніком прадукцыі мастакоў была дзяржава. Магазінаў-салонаў было няшмат, калекцыянерамі-спадвіжнікамі з’яўляліся вельмі немногія [3]. Зараз час крута змяніўся. Склаўшаяся сістэма пачала даваць збой за збоём. Галоўны мецэнат – дзяржава – катастрофічна збяднеў. Саюз мастакоў, дзе раней былі «лакамыя» кавалкі – заказы, страціў гэту функцыю. У пытаннях матэрыяльнага забяспячэння мастакі палагаюцца зараз толькі на сябе, што ў сваю чаргу вядзе часта да страты імі свайго ўласнага стыля, бо арыентуючыся на сучасны рынак, дзе асноўныя пакупнікі часцей за ўсё не выдзяляюцца сваім мастацкім густам, мастакі пачынаюць ствараць у асноўным «пакупныя» творы кшталту «лошадзі ў тумане», «бязроза на ростанях» і г.д. У той жа час зараз не стала афіцыйных рамак Саюза мастакоў, у якія заганяліся карціны, зараз усе ў роўных умовах – рыначнай канкурэнцыі, выжыванне. Рынак з аднаго боку даў штуршок да інтэграцыі беларускага мастацтва ў еўрапейскае. З іншага – дзякуючы яму набыла распаўсюджанне апасная тэндэнцыя кітчу, мастакі падстрайваюцца пад зменлівы попыт, але не ва ўсіх гэта атрымліваецца. Гэта з’ява не толькі і не столькі эканамічная, колькі культуралагічная, гістарычная і палітычная. Развіццё мастацтва вельмі цяжка ўявіць без развіцця эканомікі. Як вядома, ва ўсе часы існавалі свае мецэнаты, гэта былі людзі, якія дабрачынна ахвяравалі свае ўласныя сродкі на развіццё мастацтва. Фармаванне такой складанай структуры як рынак увогуле

патрабуе значнага часу, а фармаванне арт-рынку патрабуе, напэўна, яшчэ большага. Гэта звязана з тым, што фармаванне такіх звычайных складаючых рынку, як попыт і прапанова, на арт-рынку патрабуюць і яшчэ аднаго моманту – мастацкага густу, які фармуецца з аднаго боку прапановай, з другога боку прапанова, безумоўна фармуецца попытам, які залежыць ад уласнага мастацкага густу пакупніка. Зараз жа ўзнікае пытанне: а хто з’яўляецца асноўным пакупніком мастацкіх і «каля мастацкіх твораў»? У пачатку 90-х гадоў такімі пакупнікамі былі так званыя «новурышы», мастацкі густ якіх падлягае значнаму сумненню. Звычайны спажывец мастацтва савецкіх часоў – інтэлегенцыя – аказалася не ў стане фінансавым перш за ўсё купляць творы па новых цэнах. Такім чынам зноў з’яўляецца пытанне: як знайсці выйсце з гэтай сітуацыі? Адказ і прасты і складаны адначасова. Асноўным месцам, дзе можна набыць «прэстыжныя рэч», з’яўляецца мастацкая галерэя. Таму нельга не заўважаць тую ролю перш за ўсё не эканамічную, а гістарычную, якую адыгралі галерэі ў свой час. На жаль нельга казаць аб сфармаваўшымся арт-рынку на Беларусі, а толькі аб пэўных памкненнях у гэты бок, або аб існаванні яго ў першапачатковым сваім стане, які, безумоўна, патрабуе далейшага развіцця. Гэты вельмі выжны ў культурным плане працэс, на жаль, быў перарваны перш за ўсё эканамічнымі прычынамі. Без існавання належнага эканамічнага дабрабыту для чалавека на першы план выходзяць праблемы штодзённыя, матэрыяльныя, а не духоўныя.

Наша мастацтва ў пачатку 1990-ых гадоў апынулася ў цікавым стане: Саюз мастакоў існуе толькі дэ-юре, фактычна ён сышоў з мастацкай сцэны. Мастакі апынуліся ва ўмовах сапраўднага рынку, дзе пануе канкурэнцыя і кан’юктура, на працягу 1990-х гг. назіраўся спад ці пад’ём попыту на мастацтва. Але гэта не цывілізаваны арт-рынак з яго наладжаным механізмам функцыянавання адных з галоўных яго механізмаў – галерэй, з сувязямі як па гарызанталі, так і па вертыкалі. Рынак не можа існаваць і без аўтарытэтнага мастацкага часопіса, які б уплываў на попыт і прапанову, на ўзровень цэнаў і рэзюмэ мастака. Мала якія мастацкія галерэі, якія існавалі і існуюць у гэты час могуць адпавядаць статусу мастацкай галерэі. Хутчэй яны ўяўляюць сабой сімбіёз салона і крамы керамічных вырабаў. Голоўная іх мэта – продаж. Канцэпцыя іх будуюцца па прынцыпе: «Чаго жадаеце?» [4]. Гэтым і абумоўлены асартымент галерэй – ад класічнага пейзажа да авангарда, часам незразумелага самому аўтару. Усё разлічана на выпадковага пакупніка, якіх у нашай краіне не так шмат, што ў сваю чаргу абумоўлівае нядоўгі час існавання большасці галерэй [3].

Па ўзроўню развіцця беларускае мастацтва магло б канкураваць з Масквой і Прыбалтыкай, але арт-рынак там значна больш развіты [5]. За неразвітасці беларускага арт-рынку многія надзеі галерэй, іх памкненні і прэтэнзіі выглядаюць больш, чым эфемерна. Мастацтву заўсёды былі патрэбны грошы для развіцця.

Пры арт-рынку існуе сетка адпаведных мастацкіх утварэнняў – ад салонаў і антыкварных лавак да прэстыжных галерэй, дылераў-прафесіяналаў. Галерэі – адзін з кітоў, на якіх трымаецца арт-рынак.

Мінск з’яўляецца культурным, палітычным і эканамічным цэнтрам Беларусі. Тут размешчана найбольшая колькасць тэатраў, музеяў, галерэй і іншых мастацкіх устаноў. Таму і фармаванне арт-рынка пачалося менавіта тут. На сталіцу правінцыі заўсёды азіраюцца, часта паўтараюць яе вопыт. Калі разглядаць амаль любы аспект эканамічнага жыцця нашай краіны, то мы ўбачым, што адзіным цэнтрам, адкуль ён пачаў развівацца быў менавіта Мінск. Скажаць у якім горадзе першай узнікла незалежная мастацкая галерэя нельга з поўнай упэўненнасцю, але тут сканцэнтраваны найважнейшыя мастацкія установы краіны, тут знаходзіцца Акадэмія мастацтваў, шмат творчай моладзі, якой даволі складана прабіцца ўвогуле і на перыферыі асабліва, таму найбольш звычайныя галерэі такога кшталту з’явіліся менавіта тут. Увогуле статус сталічнай галерэі накладвае пэўны адбітак на яе развіццё, падбор мастацкіх твораў. Мастакі імкнуцца трапіць сюды, каб стаць знакамітымі, з Мінска, як ад сонейка прамяні, адыходзяць ідэі, новыя тэндэнцыі, павевы. Па ўзору мінскіх прыватных галерэй, на іх вопыце ствараюцца галерэі ў абласных і раённых цэнтрах рэспублікі.

Але само па сабе заснаванне галерэі яшчэ не азначае, што яна будзе нармальна функцыянаваць. Галоўная праблема кожнай галерэі – матэрыяльнае забяспячэнне. Калі трымальнік галерэі не займаецца яшчэ і бізнэсам для утрымання галерэі, то гэта галерэя ператвараецца ў салон, пачынаюць прадавацца хадавыя рэчы, шырпатрэб, каб галерэі ўтрымацца на плаву. Каб стварыць галерэю і ўтрымаць яе на належным узроўні неабходна добрае памяшканне, матэрыяльныя ўкладанні і вялікія намаганні арганізатара. Для мастака галерэя – гэта яшчэ адзін, а бывае, што і адзіны спосаб выставіцца. Адной з функцый галерэй з’яўляецца набыццё твораў мастака [6]. Але матэрыяльнае становішча нашых галерэй не дазваляе ім гэта рабіць, яны могуць выступаць толькі як пасрэднікі паміж мастаком і патэнцыйным пакупніком. Таму асноўная форма дзейнасці – выстава у самой галерэі ці на іншых тэрыторыях пад эгідай галерэі.

Безумоўна сапраўдны талент рана ці позна праявіць сябе, але некаторыя галерэі дапамагаюць ім зрабіць гэта раней. Дзяржаўны музей, набываючы карціну, мусіць зважаць на афіцыйны статус мастака, і гэта, увогуле, слушна. Але прыватныя галерэі, аб якіх ідзе гаворка, карыстаюцца іншымі крытэрыямі адбору і могуць не звяртаць увагі на ранг творцы [6]. Менавіта яны часта прадстаўляюць прэстыжныя залы не толькі масцітым майстрам, але і, у першую чаргу, маладым таленавітым мастакам, якія пакуль што не маюць звучнага імя, якое амаль немагчыма атрымаць без выстаў, так атрымоўваецца замкнутае кола, з якога вельмі цяжка знайсці выйсце, і такое выйсце прапаноўваюць недзяржаўныя галерэі. Але і гэта таксама ў апошні час не вельмі прывабнае становішча – быць залежным ад такой галерэі, бо, у адрознінне ад дзяржаўных структур, прыватныя, маюць даволі жорсткія фінансавыя прэтэнзіі, так, напрыклад, у галерэі «Жыльбел» усе творы, якія выстаўляюцца падчас выставы або прадаюцца, або пераходзяць у прыватную калекцыю галерэі. Цалкам натуральна, што пры такім раскладзе пэўны працэнт у выпадку продажы дастаецца галерэі. Такім чынам паўстае пытанне: наколькі такая галерэя застаецца мастацкай установай, а не камерцыйнай?.. У такія ўмовы галерэі былі пастаўлены перш за ўсё нашай дзяржавай, якая не развіваючы заканадаўства прыватнае, пэўным чынам уплывае і на развіццё працэсаў, звязаных з развіццём мастацтва.

Для сучаснага мастацтва, якое значна пашырыла рамкі канцэптуальных і стылістычных пошукаў, характэрнае стварэнне новых формаў і сродкаў камунікацыі з гледачом. Мова такіх зносін становіцца ўсё больш вытанчанай, рафінаванай, а дыялог мастака і гледача часта нагадвае рытуальную дзею. Складаныя, шматпланавыя вобразы, крыніцай якіх выступаюць як праявічныя аксэсуары попыту, так і часта разумовыя, філасофскія канструкцыі, узбагачаюць сваю мову іншымі, нентрадыцыйнымі сродкамі. Так усталёўваюцца сувязі мастацтва з неверагодна ўскладнёным сацыяльным і псіхічным жыццём сучаснага чалавека. Хоць сувязі гэтыя нярэдка прывідныя, цяжкаўлоўныя і доўжацца іншы раз не больш, чым кантакт гледача з прадметам мастацтва альбо яго стваральнікам [7]. Многія галерэі займаюцца экспазіцыямі, г.зн. афармленнем выставы, экспазіцыі, таму што не кожны мастак можа добра паказаць свой твор, над ім «вісіць» уласнае ўспрыманне, якое часам бывае не лепшым менавіта для выставы [8]. Таму дзейнасць незалежных галерэй з'яўляецца вельмі важнай для мастацкага працэсу.

Гэта практычна першая праца на гэту тэму. Даследаванняў дагэтуль не праводзілася ў гэтай галіне. Асноўнымі крыніцамі паслужылі

газетныя і артыкулы часопісаў такіх, як «Мастацтва» і «Беларусь», «Культура», «Літаратура і Мастацтва» і інш. У большасці там змешчаны звесткі аб выставах, якія праводзілі галерэі, праектах, іх камерцыйнай дзейнасці. Можна выдзяліць асобных журналістаў, якія прысвячаюць гэтай тэме значную ўвагу: Ірына Каломенская, Марына Куноўская, Аляксей Андрэеў і іншыя. Такія артыкулы я выкарыстоўвала ў якасці літаратуры. Крыніцамі маёй працы з'яўляюцца артыкулы, напісаныя непасрэдна самімі мастакамі і гаспадарамі галерэй, іх інтэрв'ю. Разглядаючы незалежныя галерэі я маю на ўвазе тыя, што «незалежныя» менавіта ў мастацкім плане, а не ў нейкім іншым.

Пік дзейнасці незалежных недзяржаўных галерэй прыходзіцца на 1994–1997 гг. Потым абвастраюцца перш за ўсё фінансавыя праблемы і выжываюць самыя моцныя, якія знайшлі ў час спонсара ці першапачаткова былі аргагнізаваны пры нейкай камерцыйнай фірме («Жыльбел», «Медэя» [9]). Самай «сучаснай» і канцэптуальнай гаперэяй, якая амаль не мела камерцыйнай дзейнасці з'яўлялася «Шостая Лінія», якая не вытрымала менавіта фінансавыя праблемы і паколькі цалкам залежала ад кіраўніцтва БДПА, якое не жадала больш траціць сродкі на ўтрыманне галерэй у час, калі сама Акадэмія перажывала не лепшыя дні, павінна была закрыцца. Але і тыя, што, здаецца, здолелі выжыць трапілі ў залежнасць ад абставінаў і калі яшчэ не сталі цалкам камерцыйнымі, то вельмі хутка да іх набліжаюцца, скарачаюць сваю мастацкую дзейнасць. Ужо не праходзіць такой колькасці выстаў, як, напрыклад, у 1996, 1997 гадах. Выставы становяцца ўсё больш рэдкімі, што адначасова робіць іх і больш каштоўнымі і для грамадства, і для мастакоў.

Падаецца магчымым прапанаваць наступную **перыядызацыю** дзейнасці дадзеных галерэй:

1. 1991 – узнікненне першых незалежных камерцыйных галерэй («Брама») [8,10–14];
2. 1992 – 1995 гг. Перыяд актыўнага ўзнікнення і дзеяння мастацкіх галерэй. У гэты час узнікаюць такія галерэі, аставіўшыя прыкметы след сваёй дзейнасцю, як «Шостая лінія», «Жыльбел» [15] і іншыя.
3. 1996 – 1997 гг. У гэты перыяд новых галерэй узнікае значна менш (узнікае такая галерэя, як NOVA, якая займаецца гісторыяй сучаснай фатаграфіі) [16–19]. Але у гэты перыяд назіраецца больш менш актыўная мастацкая дзейнасць дадзеных устаноў.
4. 1998 – 1999 гг. У гэты перыяд паступова затухае мастацкая дзейнасць галерэй, на першы план выходзіць іх камерцыйная дзейнасць [1].
5. 2000 – 2003 гг. Галерэі паступова ператвараюцца ў «мастацкія крамы», «выплываюць» толькі самыя вялікія галерэі і галерэі, якія

заўсёды большую ўвага надавалі камерцыйнай дзейнасці, а не мастацкай («Медэя», «Славутасць» і інш., якія мы можам пабачыць амаль на кожнай вуліцы, галерэя «Жыльбел» [20, 21], якая была заснована камерцыйнай установай выжыла, я лічу, перш за ўсё менавіта ёй і таму, што заўсёды значную увагу надзяляла менавіта продажам карцін і развіццю арт-рынку на Беларусі).

Таксама магчыма прапанаваць і пэўную класіфікацыю галерэй. Дарэчы класіфікаваць можна па розных крытэрыях:

1. Па ступені іх камерцыйнасці:

- Камерцыйныя галерэі. Такія галерэі у першую чаргу займаюцца продажам карцін, і выставы арганізуюцца з улікам у першую чаргу іх камерцыйнай вартасці;

- Некамерцыйныя галерэі займаюцца толькі мастацкай дзейнасцю і не маюць камерцыйнай, такія галерэі можна параўноўваць з дзяржаўнымі мастацкімі галерэямі, іх амаль не бывае, гэта хутчэй выключэнні з правілаў, каб існаваць яны павінны мець іоцную фінансавую падтрымку з боку нейкіх арганізацый, існаваць пры ніх;

- Паўкамерцыйныя. Гэта «звычайныя» незалежныя галерэі, якія павінны мець пэўныя камерцыйныя кантакты з кліентамі, яны з'яўляюцца вельмі важнымі элементамі арт-рынку.

2. Па прынцыпу іх канцэптуальнасці:

- Канцэптуальныя галерэі прадстаўляюць грамадскасці часцей за ўсё менавіта канцэптуальнае мастацтва, у аснове іх дзейнасці палягае пэўная канцэпцыя;

- Неканцэптуальныя.

3. Перыядызаваць можна і па пэўнай храналагічнай прыкмеце: перыяду ўзнікнення, актыўнай дзейнасці. У дадзеным выпадку кожная галерэя павінна класіфікавацца асобна, строга індывідуальна.

Такім чынам адна галерэя можа адпавядаць адразу некалькім крытэрыям. Таксама можна характэрызаваць і кожную выставу.

Мінскія недзяржаўныя галерэі адыгралі і прадаўжаюць адыгрываць вельмі важную ролю ў мастацкім жыцці Беларусі. У першую чаргу яны дапамагаюць маладым мастакам прабіцца, заработаць імя. Важную ролю яны адыгрываюць і ў эканамічным жыцці нашай краіны, з'яўляючыся неад'емнай часткай арт-рынку. Але сучаснае іх становішча менавіта ў эканамічным плане, узрастанне іх камерцыйнасці, з'яўляецца вельмі апасным для іх мастацкай дзейнасці.

На сённяшні дзень перспектывы развіцця галерэй падаюцца вельмі няпэўнымі і нязначнымі. Не ў апошнюю чаргу гэта залежыць ад падатковага заканадаўства, якое павінна стварыць больш-менш спрыяльныя падатковыя ўмовы для развіцця прыватнай ініцыятывы. На жаль наша мастацтва зараз вельмі моцна залежыць ад дзяржавы, такім чынам мы вернуліся да таго, ад чаго адышлі. Мастацтва – вельмі зменлівы працэс, які заўсёды хутка рэагуе на знешнія абставіны. Застаецца спадзявацца, на то, што той працэс, які атрымаў назву «Нацыянальнага Адраджэння» і на час якога і прыходзіцца росквіт галерэй, яшчэ працягнецца і наша краіна зойме адпавядаючае яе патэнцыялу месца ў сусветным мастацтве. Гэты росквіт немагчымы без развіцця інфраструктуры арт-рынку, важнай часткай якога з’яўляюцца галерэі. Такім чынам гэту сітуацыю трэба выпраўляць, каб даць магчымасць маладым творцам прабіцца на сусветны ўзровень.

Літаратура

1. Васілеўскі П. Ці рэнтабельнае натхненне. // Беларусь. №6. 2001. С.48–49.
2. Жыльцоў В. «Памятаем пра традыцыі мецэнацтва» // Мастацтва. №4. 1994. С. 45.
3. Гуриноч И. Спрос на лошадь в тумане. // Советская Белоруссия. 1994. 8 октября. С.5.
4. Тарановіч А. Жывём надзеяй... // Мастацтва. №4. 1994. С.44.
5. Ястраб Х. «Патэнцыял арт-рынку ў нас велізарны» // Мастацтва. №4. 1994. С.43.
6. Галерэя – гэта высокі ўзровень. Людміла Паляйчук // Мастацтва №4, 1994, С.45.
7. Вламо. Свет Людмілы Русавай. // Мастацтва. №4. 1996. С. 42.
8. Сардарова О. «Летучий голландец» без штата и офиса. // Сов. Белоруссия. 2002. 23 мая. С.5.
9. Майорова Ж. Молодо – не зелено // Рэспубліка. 1996. 21 снежня. С.3.
10. Куновская М. Зачем человеку быть галереей // Народная газета. 1996. 10 красавіка. С.5.
11. Фінкельштэйн Л. «И что здесь я?» // Аргументы і факты. №15. Апрель. 1994. АИФ в Беларуси. Выпуск 13. С.86.
12. Фінкельштэйн Л. «Диалог» – это разговор со зрителем. // Добры вечар. 1994. 21 красавіка. С.1.
13. Фінкельштэйн Л. Чатыры бакі колеру. // Мастацтва №12. 1995. С.55–64.
14. Фінкельштэйн Л. Рышард Май і яго гульня. // Культура. №45. 2001. 17–23 лістапада. С.7.
15. Валерый Жыльцоў куміраў сабе не стварыў... Акрамя аднаго // Культура. №30. 1997. 2-8 жніўня. С.4.
16. Давыдчык А., Кароль Д. Слова фатографа // Мастацтва №10. 1997. С.55–58.
17. Кароль Д. Заўвагі на краях аркуша фотапаперы. // Мастацтва. №5–6. 2002. С.30–35.
18. Кароль Д. Фатаграфія падзеі. // Мастацтва. №8. 1996. С.40–42.
19. У Фотааб’ектыве – зоркі NOVA. // Чырвоная змена. 1997. 5 жніўня. С. 3
20. Бортник Л. Вас приглашает «Медая». // Добры вечар. 1994. 4 сакавіка. С.1.
21. Саннікава А. Галоўны крытэры – талент. // Мастацтва №4. 1994. С. 45.