

ИЗОБРАЗИТЕЛЬНОЕ
ИСКУССТВО

ПОЛГОДА В ПАРИЖЕ

/интервью с художником Ю.Петраченковым/ .

Юрий Петраченков хорошо известен в художественных кругах Ленинграда. Он участник выставок на Психологическом факультете ЛГУ, в ДК им. Газа, "Невском" и других выставок.

Осенью 1978 года художник вернулся из Западной Европы. Данная запись сделана на основе беседы с ним Бориса Иванова и Юрия Новикова.

Поездка за границу - тем более во Францию, тем более художника неконформиста - случай исключительно редкий.

Б.И. : Как это у вас получилось?

Ю.П. : Я получил вызов от своих французских друзей.

Ю.Н. : И этого было достаточно?

Ю.П. : Да, но я добивался разрешения на выезд пять лет. Волокита, целые тома деловой переписки, - если волокиту можно назвать делом. И каждый раз: "в данный момент Ваше желание удовлетворить невозможно." Отправил множество писем и халоб во многие инстанции - вплоть до Верховного Совета, участникам Белградской конференции. Наконец, получил ответ от районного ОВИР'а - выдана гостевая виза на двадцать дней.

Б.И. : Но пробыли во Франции вы намного дольше.

Ю.П. : Да, полгода. Визу продлевали без всякихсложнений. Достаточно было обратиться в местную профектуру.

Б.И. : Встретились ли вы в Париже с чем-то резко неожиданным, озадачивающим, по крайней мере в первые дни?

Ю.П. : Это не парадокс, но Париж поразил тем, что он именно таков, каким его ожидаешь увидеть. К тому контрасту: "мы" - "они", который есть, - приезжающий уже подготовлен, и мало, что удивляет. Я говорил, что приехал во Францию по вызову друзей. Но обстоятельства сложились так, что на третий день в Париже я оказался на улице - без килья, документов, практически без денег. У меня было в кармане 45 франков² два раза перекусить в забегаловке или переночевать, - правда, с утренним кофе, - в самой дешевой гостинице. Случись это в Некине или Перми - выход найдешь. Но в чужой стране, не зная языка... Лишь телефонную книжку. Звонить дорого /кстати, разго-

воры по телефону оглашиваются во Франции в зависимости от времени разговора и российский телефонный треп там попросту нерентабелен/. Звоню приятелю в помощи которого я был абсолютно уверен. Для этого были причины- мне удалось поддержать его здесь в трудные минуты, к тому же я привез ему подарки- керамику, матрешек, расписной столик,- все это я должен был ему вручить. Приятель взял трубку:

А "Здравствуй, старик, очень рад, что ты в Париже".

"Я бы хотел тебя увидеть". "Идет,- отвечает,- знаешь что... давай-ка мы с тобой встретимся в кафе... ну, скажем, на той неделе во- вторник". "Мне нужно тебя видеть сейчас". - "Нет, Ира,- отвечает приятель,- сейчас невозможно, уже поздно". - "Но времени 10 часов. Я могу быстро подскочить к тебе, мне к тому же надо избавиться от подарков для тебя," - "Извини, но мы в Париже и нам лучше соблюдать здешние обычай. Хорошо, давай в кафе послезавтра". - "Но мне нужно хотя бы завтра"- уже почти соглашайся я, начиная что-то понимать, хотя этого человека я знал давно. Мне удалось выторговать раунду на завтра. Другим я звонить уже как-то не рискнул... Мне удалось переночевать в дешевой гостинице, а на следующий день добрался до окраины Парижа; я голосовал на дороге, ведущей в Севанн. И мне повезло. Мои друзья в Севанне помогли устроиться в районе Гренобля с работой, с выставкой и т.д.

В.И.: Считаете ли Вы свою поездку удачной в творческом смысле?

Ю.П. : Несомненно. Художнику во Франции далеко не так легко устроиться в профессиональном плане. Могу сказать, что мне повезло необычайно. Персональная выставка, публикации, удалось продать несколько своих работ.

Ю.Н. : Как это делается?

Ю.П. : Естественно, что мне лучше всего говорить на своем же собственном примере. Хотя, конечно, из общения с другими художниками, у меня тоже могло сложиться более или менее определенное мнение о механизме выставок. Во-первых, и просто выставок в Европе практически не бывает. Они всегда преследуют конкретную цель- коммерческую. И маркет и художник рассматривают готовя-

щуюся экспозицию именно с этой стороны. В Гренобле меня познакомили с хозяином выставочного помещения. Он ознакомился с моими рекомендациями, работами и, соответственно, с диапазоном моих художественных и технических возможностей. После переговоров был составлен контракт на изготовление и выставку-продажу 30 графических листов. В условия контракта вошли пункты, по которым он на время работы предоставлял мне жилье, мастерскую, инструментарий и материал /должен заметить, что этот пример далеко не типический и представлял собой результат несколько более дружеских отношений, чем вообще в художественном мире Франции/.

Важнейший пункт контракта- определение цены работы. В сущности, вся стратегия маршана и последующий успех (коммерческий) художника зависит от этого момента. Условия рынка предоставляют почти каждому художнику возможность один раз в 8-12 лет заявить о себе. Но успех зависит не только от его таланта, напористости и чисто деловой хватки, но и от многих других обстоятельств- конъюнктуры, возможностей маршанского "треста", насыщенности рынка произведениями данного художника или работами близкими к его манере и т.д. И в этот момент, к которому он всегда должен быть готов, художнику и его маршану нужно учесть множество факторов, чтобы не допустить промаха. Предположим, что работы художника занижены в цене и начальная ставка определена в 5 000 франков, а в дальнейшем (до следующей пульсации) выясняется, что они хорошо пошли. Расширить выпуск через какое-то время произведений можно, если обозначился определенный коммерческий успех, но этот же успех можно сбить "перепроизводством" продукции. Быстро повысить цены трудно и опасно: покупатель может быть законно возмущен, если незадолго до его покупки аналогичную вещь можно было приобрести дешевле. Чтобы заработать больше, продавая свои работы по первоначальной цене, художник должен практически гнать продукцию по потогонной системе, на пределе физических и творческих сил, при этом ему ясно, что рынок быстро насытится, в результате, его новые выставки ему ничего не дадут, и даже при успехе он не рискует повышать заметно цены на свои работы- по сравнению с первоначальной оценкой.

Пример другой: первоначальная оценка работ, как показали последующие события, оказалась завышенной, скажем, работа была оценена в 30 000 франков (маршан ркзазался неопытным или недостаточно трезвым и решительным человеком, чтобы противостоять самомнению художника- русские "гении" особенно отличаются этим). К подобным оценкам художника (а иногда и маршана) приводит успех имени, приобретенный где-нибудь, на стыке художественных и политических явлений, какой-нибудь случайный (или намеренно-случайный) момент единичной покупки, или просто нереалистически рассчитанный перевод одной валюты на другую. Итак, цена представлена, художник взял старт, казалось бы, выгодный. Можно будет,- размышляет он,- потихоньку продавать, не торопясь работать, существуя на деньги от одной, пусть даже не бурной продажи работы, до другой, отделять последующие вещи, с тем, чтобы во всеоружии подойти к очередной выставке через и-е число лет (а там и поднять цены еще выше). Таковы планы. Обычно происходит иное. Клиент,- за которым, как правило стоит мощный оценочный аппарат в виде экспертов-искусствоведов, торговцев и т.д., довольно скоро определит, что картины этого художника относятся к такому-то разряду и котируются на рынке, скажем, по 15 000- 17 500 франков за работу. (Естественно, что делец не будет принимать серьезно во внимание такого рода рекламный шум, не относящийся к чисто художественной сфере- или же с определенным снижающим коэффициентом). Таким образом, выясняется, что клиент может приобрести данную работу, но по цене, которая в 2 раза ниже заявленной, что в этом, казалось бы, плохого?

По привычной логике вещей,- как мы думаем,- художник (также, его маршан) и клиент ударят, как два замоскворецких купца по рукам и сойдутся где-нибудь в промежутке между 15 000 и 30 000 (а то и на 15 000, если уж художнику и маршану позарез нужны деньги). Но не тут-то было, и подобное полюбовное соглашение в деловом мире невозможно. Маршану (и, разумеется, художнику) просто невозможно сбросить цену, хотя бы на 1 сантим! Ибо, если б они рискнули это сделать, маршану можно попросту

сворачивать свою лавочку, а злополучный художник будет занесен в картотеки всех других маршанов и постоянных клиентов, как несостоявшийся, как незадачливый блефующий авантюрист и доверие к нему как к творческой и деловой личности будет подорвано раз и навсегда. Если ему и удается найти впоследствии какого-нибудь серьезного маршана, то это произойдет очень и очень нескоро, когда несколько сотрется (для этого нужны годы), но не забудется огласка первой неудачи. Если у него такой шанс появится, то скорее всего, ему придется начинать с нуля.

Поистине драматичный случай, когда 1-2 работы проданы по заявленной цене, а последние - ниже. Клиенты, купившие работу по заявленным ценам будут считать себя нагло обворованными. Такое в деловом мире не прощается уже никогда.

Работы с завышенными ценами, в итоге, могут ждать своего покупателя годами. Конечно, может попасться какой-нибудь сумасшедший, или случайный начинающий меценат, еще не приобретший опыта, не обращая внимания на рекламу или апробированные мнения. Но это именно случай, художник (маршан) должны быть максимально готовы к нему, но это все-таки чистейший случай. Механизм реализации ориентируется прежде всего на клиента.

В.Н. : Ерий, кто такой клиент? Кто покупает современные произведения искусства?

Ю.П. : Во-первых, начнем с того, что во Франции (и т.д.) на коммерческих выставках (а таковыми являются все, кроме музеиных) присутствует только клиент. Точнее - с деловой точки зрения, принимается во внимание только клиент. Статистика, которая сообщает, что данную выставку посетило 10 000 зрителей, деловому человеку (хозяину того же салона) ничего не скажет. Зритель смотрит - и не понимает. Но факт: выставку посетило 50 клиентов, - это уже информация для делового размышления. Информация эта полная, если она укажет, что, допустим, 10 из них сделали приобретения работ. КПД выставки определяется не отношением 10/10 000, а 10/50. Если другая выставка дает соответственные цифры 20 000, 100 и 10, то пер-

вая из них имеет КПД 20%, а вторая при большем числе посетителей обозначит сравнительный неуспех - 10%.

Итак, "клиент"- тот, который покупает, покупает более или менее регулярно, независимо от вкусов и целей приобретения. Клиент может быть знатоком, коллекционером древности или современности. Его вкусы могут быть чрезвычайно специфические: пейзажи эпохи Цзинь, портреты деятелей искусства, пейзажи с "лягушечной перспективой", женские, мужские или вообще... акты. Наконец, и это не столь уж редко- клиент может вообще ничего не понимать в искусстве, и даже глубоко презирать его в целом. Он "вкладывает деньги" в искусство, иногда современных мастеров, в надежде, купив дешево, в одно прекрасное утро оказаться знаменитым владельцем непризнанного когда-то гения. Клиентом может быть и скрытая психопатологическая личность, приобретающая предметы искусства по неисповедимым для обычного разума принципам. Все клиенты, вступившие единожды в деловые отношения с маршаном (или маршанским трестом) заносятся в картотеку, где приобретения фиксируются, выводы о мотивациях и возможностях их изменения и т.д. Клиенты- основной фонд фирмы. Каждая поступающая (или возможная для поступления) в салон вещь, рассматривается с точки зрения потенциального клиента, находящегося в фонде фирмы. При знакомстве с работами неизвестных художников делец может размышлять так: - "Вот эта дегенеративная работа вполне может придти по вкусу старому одуванчику из Стокгольма (можно послать фото)... А эти,- хм, сиреневые пейзажи, может быть, и будут объявлены шедеврами,- но кто их купит в обозримом будущем. Спроса на них не будет и через 20 лет".

Если к маршану приходит художник, уже имеющий спрос (и, соответственно- клиентов), то он естественно пополнит "обойму" его клиентури и способствует устойчивости и респектабельности фирмы.

Б.И. : Но, наверняка, и маршан заинтересован в "открытиях" и способствует "открытию" тех художников, которых он привлекает для сотрудничества?

В.Л. : Естественно, так как здесь цели художника и

маршана совпадают. Маршан, после тщательного анализа, может заключить контракт с художником. В зависимости от условий контракта художник получает те или иные возможности для своей работы. Маршан зачастую берет на себя довольно большие обязательства, которые в деловом мире неуклонно выполняются, и тем самым снимает с художника груз многих неприятных и хлопотливых дел. Маршан естественно заинтересован в повышении реноме художника, т.к. это работает на престиж фирмы. Он заботится о рекламе выставок, о создании искусствоведческих статей, проспектов и даже книг, привлекает профессиональных дизайнеров для оформления работ и экспозиции, - что стоит, кстати, изрядных денег.

В.Н. : То есть, художник и маршан образуют своеобразный tandem?

В.П. : Вполне согласен с подобным сравнением... Да, tandem - это подойдет. Они действительно крутят педали вместе, тратят энергию сообща. С одним только "но": художник на этом двухместном велосипеде крутит педали сзади, а маршан крутит педали, держа руль в своих руках (художник при этом расположении, естественно, смотрит в спину маршана).

Труд маршана граничит где-то с искусством. В несбыточном рыночном море ему нужно разглядеть те слабые ростки "неожиданного" художественно-коммерческого успеха в "будущем". Море предложения смыкается с не менее несбыточной стихией спроса. Здесь нужно среди неповторимого увидеть среднестатистическое, из среднестатистического - извлечь то, что может обеспечить вдруг неожиданный и, часто неповторимый успех. Колебания вкуса, моды, неожиданного запроса (и подготовить запрос) - постоянно движущаяся стихия величин. И подчас для маршана найти и вырастить новый талант или создать новый запрос - проблема одного и того же порядка. Капиталовложения, во всяком случае, одинаковы. Охотник, который целится не в утку, а в точку, где-то впереди нее - примитивный предок современного маршана. Последний должен все время закладывать в программу "наводящего устройства" тысячи меняющихся параметров, - чтобы угодить в ту неведомую точку, где совпа-

дут потенции художника и загадочная кривая социального спроса. Но во имя этой цели маршан необходимо полностью овладеть художниками: маршан лепит художника, художник "лепит" искусство, маршан в свою очередь "лепит" спрос. Поэтому контракт обычно очень детально определяет взаимоотношения художника и работодателя. Как правило, контракт требует от художника постоянного упорного труда, определенного числа работ за определенное же время. Наводя художника на цель, маршан активно вмешивается в творческий процесс (это оговаривается контрактом или вытекает из его контекста). Художник волей-неволей должен подчиняться указаниям маршана о размерах работ, технике, даже композиции, колориту. Я знаю несколько художников, которые, имея склонность к живописи, вынуждены годами сидеть на монотонной графике, ибо первая в глазах маршана еще не зарекомендовала себя. Свои отступления в сторону живописи они практически делают тайком (все силы должны быть отданы основному), так сказать - "в свободное от работы время". Контракт может не оговаривать обязательность выхода художника на зрителя. Тогда художник может годами работать, не видя своих работ в салоне или в репродукции, а его работы консервируются маршаном на вероятный случай, который иногда наступает после смерти художника. Вмешательство маршана в творческий процесс и в этом случае может быть весьма сильным. Художник имеет обеспечение, но работает годами вслепую, не имея возможности увидеть свои работы на выставке. По договоренности с другим маршаном (или трестом) художник может быть переуступлен.

Ю.Н. : Но, вероятно, есть художники, достигшие независимости от диктата маршана?

Ю.П. : Насколько мне известно, таких нет, или очень мало. Известность не является кладом, и своего рода капиталом, деньгами в движении, это движение надо поддерживать пропорциональными вкладами: расходами на представительство, рекламу, поддержку критики и т.д. Известнейший художник Сергей Полянов нуждался в организаторе "движения" и умер должником, хотя при жизни стал "классиком", а картины его высели в крупнейших музеях.

Б.И. : Можно ли обойтись без посредника?

В.П. : Думается, невозможно. Роль маркана весьма ответственна и хлопотлива. К тому же, помимо усилий и времени, она требует специфического делового таланта, юха, связей, наконец, - первоначального капитала (для аренды помещения, рекламы, деловой непрерывной переписки). Если художник и обладает такими качествами, то ему просто не выдержать такой нагрузки. Как подсчитано, каждая картина, изготовленная в Париже - от картинок, которые вешаются по ночам на бульваре Сен-Лермен до модного Бутеро - стоит средне-статистически 2 франка.

Б.И. : Но ведь пишут и показывают художников, которые продают работы на Монмартре, на пленэрах, в кафе?

В.П. : Да, по мелочам. Это нижний слой, самый никайший. В Париже порядка 40-50 тысяч художников, которые входят в разного рода договорные отношения. Поскольку эти отношения более или менее твердые (в пределах условий контракта), они образуют обеспеченную работой и заработками верхушку пирамиды. Реализуют они свою продукцию через галереи и салоны. Поскольку условия делового мира построены на деловой честности, покупатель, клиент, приобретая здесь работу, будет уверен, что его не надуут, не всучат ему подделку или пустоцвет. За эту уверенность он платит в соответствии с рыночными ценами - обычно весьма высокими. Естественно, что указанная верхушка борется за свое положение. Вся эта пирамида (со своей иерархией, определяемой совокупностью множества факторов) стоит на толще "диких" художников - число их неизвестно. Это художники со всего света: местные, европейцы изо всех уголков, африканцы, арабы, вьетнамцы, китайцы, латиноамериканцы, "штатники" и прочая и прочая - огромная платформа, на которой стоит "пирамида". "Платформа" пополняет "пирамиду", защищает отработанные элементы. Это тот огромный резерв, который заставляет всех в "пирамиде" работать на максимуме. Но и "новички" тоже рвутся вверх. Взаимодействие "пирамиды" и "платформы" - непрерывная динамика. Стимулы: завоевание престижа, более высокая оплата труда, притом гарантированная контрактом, возможность оседания работ

в известных собраниях, закрепление их в каталогах, репродукциях и литературе - что происходит кооперированным трудом многих и многих, но не единиц. Участь же "платформы" - быть безымянной. Ее продукция расходится неведомо куда, собрать творческие "останки" художника, раскиданные без всякой фиксации по всему миру - невозможно, даже если и найдется какой-то чудак-энтузиаст. В итоге творческий труд индивидуальности становится анонимным и просто средством заработка, службой без всяких гарантий.

В.Н. : Но можно ли, преодолев честолюбие, заниматься искусством только как средством заработка??

В.П. : Можно, конечно, иначе не существовал бы легион "платформы". Но и в этом случае искусством надо заниматься профессионально. Вообще, Запад требует професионализацию во всем. Вряд ли удается работать строителем, вахтером, кочегаром, лифтером - и при этом "пописывать" картинки. Времена "таможенника" Руссо миновали. Ибо даже землекоп нужен квалифицированный, работающий с полной отдачей, иначе на твое место возьмут жилистого алжирца или турка, который приехал из-за заработка и выложится ради него целиком. Землекоп, вахтер, лифтер - это профессии, и дилетанского или снобистского отношения не терпят. При попытке "раздвоения" - недолго не хватит, одна из профессий должна отмереть. В искусстве (если ты выбрал его) ты тоже должен быть профессионалом. Так как в Париже на зрителя низвергается настоящая Ниагара произведений искусства из всех уголков Земли.

В.Н. : Желательно бы узнать, что представлено на этой ярмарке?

В.П. : Все! Абсолютно все! В плане формотворчества я встречал все мыслимые манеры, планы, направления, техники. Я уж не говорю, что в салонах, на рынках творится - в отношении искусства прошлого: можно приобрести наскальные рисунки, индийское, старояпонское, ампир, барокко, передвижников, прерафаэлистов и т.д. Даже на блошиных рынках, где иногда чуть не тоннами лежит барочная бронза. На одном из них я видел даже русскую и византийскую икону XII-XIII вв. То же самое в искусстве "платформы". Вся мыслимая таблица искусства! Так как покупатель разнопле-

менен и обладает всеми градациями вкусов, то можно увидеть разработки всех манер. Нет ни одной "экологической ниши", в которой не процветала бы какая-нибудь растительность. Я даже "Шишкина" видел: работает старательно- елочка к елочке, иголочка к иголочки. И гонит картины- одну за другой. Кто-нибудь купит. И покупают! И достиг высокого "профессионализма" - уверен, что целый консилиум отечественных "шишковедов" не отличил бы эти вариации от Иван-Иваныча. Китайцы насобачились делать портреты с заказчика, тут же с поразительным сходством и артистично. Европейцы не выдерживают конкуренции с ними. Африканцы торгуют бронзой, арабы - ковриками, керамикой, иногда невероятно виртуозной. Портреты в кафе, пейзажи в любом духе и вкусе.

В.Н. : А на Монмартре?

Д.П. : С Монмартром сложнее. Вот уже лет 50-60 здесь откровенно туристский хэпенинг, притон хорошо организованный, с отлаженной машиной развлечения. Серьезных художников здесь нет, но "профессионалов" много. Притом в эту лавочку пробиться трудно. Просто так на Монмартре работать нельзя. Во-первых, надо платить лицензию: ты занимаешь часть полезной городской территории. Это порядка 80 франков в неделю. Но высокий профессиональный навык в своем деле и лицензия тебе еще не дает возможности работать. Поскольку мини бойкое, модное место, привлекающее туристов (особенно американцев и немцев), идущих колорита и ховкачи зарабатывают до 1000 франков в день., - за это право работать здесь надо платить местной мафии: "бригаде югославов- за право работать (Это порядка 200-300 франков в день) и бригаде, которая отмазывает полицию, она состоит из китайцев (примерно 200 франков в день). Есть наевые клакери, подсадные комплиментчики и подсадные покупатели- для разжигания страсти. Или наоборот: надо платить "антикомплиментчику", эдакому профессиональному скептику, который в противном случае своими замечаниями убьет самое горячее желание купить твою работу. Все они на этом доходном пятаке взаимосвязаны. Причем, если предложенный тобою прием окажется коммерчески успешным, за него могут ухватиться соперники, среди которых най-

дется мастак, который овладеет им лучше тебя и ты вскоре окажешься эпигоном своей же находки.

Б.И. : Но ведь это, несомненно, стимулирует ^и
поиск нового!

В.П. : Конечно. Это движет искусство, но в условиях "платформы" "новатор" как личность, не удерживается на сцене. На моих глазах в течение месяца разыгралась такая история. Некто нашел оригинальный прием обработки алюминиевых пластин царапинами бормашиной. Под разным углом создавая рисунок, который под различным углом освещения производил интересный эффект: рисунок двигался, вибрировал, оживал, что-то в нем исчезало и появлялось новое и т.д. Новатор продавал свои изделия по 100 франков за штуку. Через неделю конкуренты уже продавали их в разных местах города по 50-60 франков, причем они внесли существенные усовершенствования, ввели цвет и новые сюжеты. Несколько позже, еще более усовершенствованые, эти пластины продавались уже по 30 франков. К концу месяца одна из марсансских фирм, используя поточные индустриальные методы, стала выпускать их (еще более усовершенствовав) по 10 франков, лишив "диких" заработка, так ~~даже~~ как для них цена в 10 франков была много ниже себестоимости. Таким образом, меньше чем за три месяца "трест" смял "диких" новаторов, всех "усовершенствователей", которые еще в самом начале смили изобретателя, имя которого оказалась даже неизвестным.

Ю.Н. : А если бы подобную новацию сделал художник из "пирамиды"?

В.П. : Я подойду к ответу с другой стороны. "Платформа" загоняет художника во все более сужающуюся профессиональную нишу. Естественно, что она является и питательной средой для нового и оригинального. Это же характерно и для "пирамиды". С одной стороны тысячи художников и их маркеты ищут эту "нишу", но с другой стороны это требует и обновления, как только появляется первый сигнал перенасыщения рынка, поворота моды и вкусов. Сносы "голубого", "розового", "классического" и др. периодов у Пикассо только искусствоведы объясняют их "внутренними

изживаниями". Даже Пикассо нужно было "вертеться". И тем более художнику, у которого нет имени. Ему нужно смотреть "в оба" за тем, что творится в мире. Я видел у художников огромные папки вырезок репродукций. Каждый художник следит за намечающимся успехом коллеги таким цепким и изучающим взглядом, каким одна женщина смотрит на другую, если ей вслед оборачивается мужчина. Такая же непрерывная работа в сознании художника идет, когда он приходит на выставку, в музей. Я не долго прожил в этой атмосфере, но я лишь недавно смог ~~уикендами~~ расслабиться и смотреть вещи в Эрмитаже без этого выискивания в работах других того, что мне могло бы пригодиться.

Отсюда, — в Париже немыслима наша ситуация, нас совер-шенно спокойно коллеги пускают в свои мастерские, тебе рады показать, что сделано. В Париже мастерская художни-ка — секретнейший цех, "почтовый ящик", где разрабатывает-ся Успех, который как во всякой стратегии требует неожи-данности. Я видел художников, которые содержат две или несколько мастерских. Одна из них является, в сущности, личным салоном. Там находятся те работы художника, которые уже выставлялись в салонах, попали в каталоги, упомянуты в литературе. Эти мастерские являются бутафорией, цель их — дать привлекательный имидж художника. Все предметы должны подчеркнуть его оригинальность, реальный или "сце-нический" образ, например, в продуманном с дизайнерски решенном беспорядке. В то же время подлинная мастерская может быть стерильна как заводская лаборатория или ана-томический театр.

Средством "патентования", как я уже упоминал, явля-ются выставки-салоны, каталоги, проспекты, литература. Если у нас большинство художников делает свои выставки без каталогов, то такая ситуация в Париже невозможна. Это не знак почета (которого у нас удостаиваются даже немногие маститые), а необходимость. Хотя это накладно, поскольку стоимость каталога снижает доход художника и маркета, в случае использования твоей находки другими — всегда можно указать ~~ххх~~ на подражательность и вторич-ность их работ. Если они отрицают это, можно довести

дело до суда. Но суды - дело исключительно редкое. Поскольку требование профессиональной чести - закон. Быть честным - это... выгодно. При внедрении новации в поток во многих случаях можно получать престижные или непосредственно-денежные проценты. Практически одно не отделять от другого, ибо престиж приносит деньги. Художник "пирамиды" может эксплуатировать идею художника "платформы", но никогда - наоборот.

Р.Н. : Как же в таких условиях существуют художественные группировки?

В.П. : Да никак. Художественных группировок во Франции нет или же они носят формальный характер, "организованы в рекламных целях. К примеру, одна из последних неформальных группировок "Кобра" была лет 10 назад и в сознании художников отодвинута еще более в некое архаическое прошлое. Как идиллические и наивные времена воспринимаются далекие исторические эпохи существования художественных объединений "Фовизм", "Дада", их запальчивые споры о предпочтении одного метода перед другим. Правда, мне говорили о каких-то объединениях художников-любителей, но кто их может принимать всерьез. В этом отношении мир деловых, профессиональных художников во Франции поразительно похож на мир советских официальных "ангажированных" художников: и здесь, и там мы видим атомизированных художников, занятых проблемами личного успеха - одни в условиях рыночной стихии, другие в условиях жесткого протекционизма со стороны текущей политики и организаций.

В.И. : Как воспринимается французами наша ситуация с делением на официоз и "нонконформизм"?

В.П. : Меня в Гренобле как-то попросили рассказать об этой стороне. Слушателей было человек 200, показывал диапозитивы. У меня создалось впечатление (оно проверено и другими "лекторами"), что примерно 50% слушателей вообще плохо представляют себе, что такое СССР. СССР для большинства лордэй Запада - это "белое пятно" на карте мира. У остальной половины представления есть, но качество их таково, что было бы лучше, если бы они их не имели

вовсе. Здесь набор от баек про медведей на улицах, до представления об СССР как обители осуществленного платоновского социума. Приближение к реальности нет ни у кого- впрочем, как у нас о той стороне. Поэтому, естественно, подобные лекции сводятся к разъяснению общих политико-экономических предпосылках, куда приходится забираться при попытке разъяснить мало-мальски простой вопрос: почему у нас нет галерей-салонов, почему художнику трудно пробиться к зрителю, в чем различие между официальными и неофициальными художниками? При одновременном существовании во Франции всех художественных эпох и направлений вызывает удивление политика государственного предпочтения одной какой-либо художественной продукции перед остальными. Из показа тех и других работ в диапозитивах они понять не могут, у них вызывает изумление, что художник может получить от государства недорогую мастерскую, но не меньшее недоумение, почему один профессионально работающий художник ее получить ~~же~~ может, а другой не может, почему один получает заказ, а другой нет, почему нельзя продать картину в салоне, в магазине, тем более если существует спрос. Наверное, надо воспринимать подобное недоумение как здоровое человеческое качество, которого мы уже лишиены...

Ю.Н. : Извини, Брий, но в какой-то степени из твоего рассказа явствует, что и во Франции не так-то просто получить возможность выставиться в салоне?

Р.П. : Это определяется лишь возможностью художника пойти на коммерческий риск. Все, что говорилось о системе маршан-художник, имело целью показать, что возможности художника найти оплачивающего твой труд маршана-оплачивающего гарантированно- ограничены борьбой вкусов, твоих собственных потенций, конъюнктурой рынка и т.д. Но ничего, кроме коммерческого риска, не ограничивает тебя в возможности выставить свои работы в салоне. Естественно, тебе нужен определенный минимум денег на предварительные затраты по подготовке к выставке в салоне. Галерей, торгующих современной графикой, в Париже порядка 400. Ты можешь предложить свои работы владельцу одного из салонов, предварительно сделав калькуляцию. Так

все время надо калькулировать, прикидывать, во что тебе все это обойдется, ибо Запад - это учет. Пластиль салону порядка 100 франков за место для своей работы и назначаешь ей цену. При этом тебе надо учесть еще и затраты на ее оформление. Стандартные рамки - 200 франков, по твоим заданным размерам - 300, нерефлексное стекло - 100 фр, булавата 20 фр. ит.д. Конечно, можно все сделать и самому, но это тоже труд, и невольно отсчитываешь и эту затрату в стоимость работы. В итоге получаешь такое уравнение: прибыль равна-цена офорта (рисунка и пр)- стоимость оформления, минус 20% салону, минус 100 фр. за участие. Иногда необходим посредник. Тогда раскладка такая (на моем собственном примере): я обозначил цену своим работам по 900 франков. В итоге: 900 фр. минус 30% галерее, минус 15% посреднику, 500 фр. с каждой торговли автору. Причем произошел весьма характерный случай: владелец галереи продал мои 3 работы, но не по 900 фр. за каждую, а по 1300 фр. В итоге получено 4 900 фр. Но по договоренности автор получает 1500 фр., а галерейщик 3 000 и возвращать я не стал - не имею права. Я получил свои оговоренные деньги, а галерейщик извлек сверхприбыль от части благодаря своей ловкости, отчасти, может, благодаря определенным достоинствам моих работ. Но делиться со мной своей сверхприбылью галерейщик по закону не обязан. Но то, что он ее получил, идет в мой престижный фонд. Если ты покрыл свои убытки в галерее и получил что-то себе, значит, у тебя есть перспектива и возможности постепенно расти в цене своих работ, в интересе со стороны клиентов, со временем, возможно, со стороны критики (обычно организованной). Галереи и покупатели оценивают такое отвлеченное и спорное явление как талант в первую очередь в форме коммерческого успеха. Искусствовед и критик тоже волей-неволей имеют в виду корреляцию таланта с коммерческим успехом прокламируемого им художника.

Таким образом, продвижение своего престижа в салонах является первой ступенью. При определенном, устойчивом коммерческом успехе создаются условия, подводящие художника к заключению долговременного контракта.

Б.И.: В аналогичном ли положении находится литература?

Д.П.: Я специально этим не интересовался. Могу сказать только то, что в Париже издается многое, наверное, на большинстве существующих языков мира. Во всяком случае, киоски, торгующие периодикой, пестрят всевозможными шрифтами: индийские, японские, арабские, центральноафриканские, англо- и испаноязыческие... Мелькают между ними и русские туземные издания. Практически каждый, кто имеет необходимые средства, может выпустить книгу или журнал. Например, того скромного заработка, который я имел по контракту, хватило бы на выпуск какого-нибудь сборника, или пару номеров журнала тиражом в несколько сотен экземпляров. Формальности для этого минимальные, другое дело насколько бы он окупил себя. В Париже обращается невероятное количество разных изданий, и основная трудность - это подписчики. Обычно, когда готовится какое-либо издание, особенно - специализированное, издательство собирает предварительно подписчиков. Там нет нормативных тиражей, как у нас: 25, 50, 75, 100 тысяч. Издание выпускается в расчете на число подписчиков и дополнительные партии выбрасываются по требованию рынка. Если бы я писал стихи, то мог бы издать их. Томик русской поэзии в 150 стр., фототипическим тиражом в 500 экземпляров обошелся бы в 6 000 фр. (наборный вариант - 10 000). Но продавать их никакими через магазины дорого, на это уходит до 50% от вырученной суммы за каждую книгу. Вообще, книжная продажа приносит, в принципе, небольшой процент прибыли издателю, если только речь не идет о бестселере. Значительные затраты требует реклама. В целом, считается издание рентабельно, если прибыль достигает 12-15 %. Начинающему литератору, особенно поэту иноязычному, трудно надеяться на коммерческий успех. Хотя каждая публикации толкает авторов на издание своих вещей. Дешевле продавать самому. Я не раз видел поэта на бульваре Сен-Жермен, со стопкой своих томиков и при помощи двух-трех бойких помощниц предлагает их прохожим с автографом. Это видишь часто. Это, пожалуй, своеобразный аналог уличным художникам. Но если последние (работают они с полуночи в кафе и на людных местах) име-

ют со своего наброска-портрета, шаржа, силуэта порядка 30-50 фр., то такой вот литератор обычно живь в малой степени покрывает свои затраты. Во всех же прочих сферах: магазинах-салонах, издательствах- талантливость определяется коммерческим успехом. Так невозможен выпуск литературы, не приносящей хм прибыли, т.е. изданий, не нужных покупателю, обязательных, навязанных издательству, какими-нибудь другими соображениями. Авторы книг, которые не вызывают заинтересованности издателя-читателя появляются лишь в исключительных случаях и на средства заинтересованных лиц и организаций.

Д.Н.: Как смотрятся наши художники в целом и в частности?

Р.Л.: Мне думается, вам понятно, что в таких условиях нужен совершенно иной тип художника и человека. Выходцев из СССР в Париже немало, но "русской школы" там нет. Тут нельзя говорить о типичности, можно говорить лишь о личных судьбах. Пока, собственно, никто не поднялся выше первых ступенек "пирамиды". Наши художники вывозят с собой свои характерные качества, из них укажу главнейшие. Во-первых, иждивенчество: "меня не печатают, мне не дают т.". Или наоборот: "меня поддержат, меня выдвинут" и т.д. Абсолютное незнание системы человек-рынок, привычка дергать "за подол", мелко калечить, рассчитывать на подачки, неумение осмыслить обстоятельства, вечное ожидание, что какой-нибудь добный дядя что-то должен дать. Во-вторых, отсутствие деловой (и творческой, деловой чести): необязательность при договоренности, "забывчивость", чиновничье недоверие к словесному обязательству и попытка обойти письменное. У нас мило улыбнутся на "шалуна-поэта", который, скажем, порознь заказал пяти художникам оформление своей книги, из которых он выберет одно, а от других отшутится. Там он будет наказан без всякого приговора суда- устойчивым мнением. Или, например, такой штрих, весьма характерный для наших отечественников, привыкших делать слаломы в табельной регламентации. Маршан, стремясь избежать перенасыщения рынка, выпускает лишь ограниченное число офортов (они нумеруются), которые и продаются по оптимально-высокой цене.

Вдруг появляются "избыточные" копии, которые художник потихоньку от мешана сплавляет сам. Скандал,- клиент ведь уверен, что он обладает уникумом, а обнаруживается, что ему продали широкотиражированный "ширпотреб". Фирма терпит моральный убыток, который, как вы теперь понимаете, является и финансовым убытком. Наконец, наши художники с трудом справляются в западных условиях с заказной работой, с работой в соответствии с контрактными условиями, где требуется определенная самодисциплина и пунктуальность. Отсутствие инструментария и материала необходимого класса у нас в стране (бумага, холст, кисти, краски и пр.) приучает делать вещи не на уровне. Здесь мы привыкаем к "шероховатости", происходит приспособление к дефициту, доходящее до того, что затем эти недостатки возводим в степень национальной черты и даже в определенное достоинство. Я, например, был более или менее уверен в технических качествах своих работ, сделанных в СССР, но во Франции половина из них была забракована именно из-за технических недостатков (печать, бумага, краски). Поэтому, видимо, не случайно, что наши соотечественники, привыкнув дома к неряшливости в форме, не имея привычки работать с усложненным современным материалом и инструментарием, на Западе не могут работать в дизайне- не выдерживают требований профессии и условий заказа, не имеют навыка работать с техникой и не ощущают ее возможностей, психологически не выдерживают постоянную нагрузку делового мира. В результате для подавляющего большинства наших художников Париж является поистине исправительно-трудовой колонией, где надо прежде всего учиться труду, где довольно быстро каждый человек постигает свою истинную цену.

В.Н.: Но ведь, наверное, какая-то национально-художественная черта все-таки выделяет их творчество там?

В.П.: Дело в том, что, как это не печально, национальное в нас почти утрачено. Ну, можно красить что-то под икону, под березки, церквишки, самовары, но ведь вы прекрасно понимаете, что это лишь поверхностные приметы национального. Это особенно ощущается, когда в Париже сталкиваешься на художественной ярмарке с экзотикой са-

мых разных уголков Земли, где какой-нибудь мавританец предлагает керамику, негр-бронзу, китаец-пейзаж тушью по шелку, латино-американец-удивительную ткань, — и все это очень ярко, самобытно-национально, что даже не будучи специалистом в области чужого искусства, ты веришь, что вот эта вещь вышла из глубин национальной традиции. У нас же, в лучшем случае, получается грамотная подделка в стиле

Russe. Мы сейчас стали национально-отвлеченными художниками. Какой-нибудь бельгиец или аварец несет в себе больше национально-этнографических черт, чем обитатель России. Любой из наших художников (будь он "неконформист" или "союзовец") выглядит "советским", без национального "запаха". Поэтому совершенно правы некоторые западные критики, которые пишут, что русские художники не привносят ничего существенного-нового в современное искусство.

В.Н.: Каков же ваш вывод относительно отечественного искусства?...

В.П.: Положительный и оптимистический. Во многих отношениях мы достигли таких глубин (падения), что нам уже не остается ничего иного, как двигаться наверх. Мы испытали крах многих надежд, идеалов и иллюзий, которые Западу еще только предстоит испытать в будущем, и глубинная (подлинно, а не ироническая!) искушенность в этих разочарованиях ощущается в работе каждого нашего художника. Это видят в наших работах пока немногие, большинству французов трудно увидеть в них подлинное. Впрочем, может быть я преувеличиваю это понимание. Не исключено, что очень многое в современной художественной ситуации было заслонено экзотикой политэкономии.

Наше новое искусство, при всем при том, имеет значение. И его значение возрастает на нашей территории, в наше время. Попытка наших художников выехать в Париж на белом коне домашних ценностей, как правило, обречена на провал. Механический перенос ценностей одной культурной среды в другую приводит к значительной aberrации этих ценностей. Я знаю русских художников, темперамента и таланта которых хватит на десять иных француз-

ских, но потенция и реализованность - разные вещи, и для искусства важно лишь последнее.

Если говорить именно о развитии форм, об ее владении,- то надо безусловно признать, что нам тянуться и тянуться за Западом. Каждый живущий здесь, питается малыми крохами информации, ему просто трудно представить то разнообразие формальных задач, которые решаются там. При этом- на высочайшем уровне профессионализма. Этот уровень, видимо, нам еще длительное время будет недоступен, или в силу нашего социального опыта, или в силу сугубо наших, национальных черт характера. То, что делается здесь, в самых-самых "авангардистских" кругах, как часто выясняется, уже было там "открыто", хотя, вполне вероятно, что отечественный "велосипед" изобретен самостоительно. Просто там существует база, тот климат, который стимулирует непрерывное произрастание все новых и наиновейших форм.

Б.И.: Возможно, причина этого более общая: аморфная во всех сферах России (в области социальной, эстетической, религиозной и пр.), и "формальный" Запад по-прежнему образуют полярный контраст. Русской культуре свойственен поиск "цельных" универсальных форм, которые противостоят дифференцированным формам Запада.

В.П.: Не исключено. В магазинах Франции можно увидеть несколько сотен сортов сыра, в пивных- более сорока сортов пива, художественный инструментарий приспособлен для тончайших разновидностей всевозможных операций. В этом смысле можно говорить, что отечественная кувалда и один сорт пива во всех ларьках города есть проявление нашего универсализма. Но, признаться, если я первые две недели "кайфовал", пробуя разные сорта пива, то к концу второй-экзотика разнообразия стала привычной. Разнообразие же форм в искусстве, их непрерывная бурная смена, драматическая по напряженности, продолжала поражать меня до конца пребывания там. Я понимаю, что произошло в душе одного из знакомых нам художников. Он всю жизнь рвался в Париж. Но когда он, уже на исходе своей жизни, приехал в город своей мечты, тот его убил. Он привез мольберт, кисти и краски, но ни разу не взялся за них. Ему, возможно,

показалось, что вся та живопись, которой он занимался всю свою жизнь, бессмысленна, школьская, непрофессиональная в смысле тех требований, которые предъявляет Париж художнику. Его физическая смерть не прервала его творческую биографию - как художник он умер, едва лишь ступив на московские Парижа.

В.Н.: Насколько типична такая судьба?

В.П.: Трудно говорить о типичности. Когда мы упоминаем имена великих соотечественников, которые вошли в историю мирового искусства, мы имеем уже готовый результат, отбрасывая долгие годы мастерства и перестройки, забываем о десятках и сотнях имен, побежденных обстоятельствами, привычками, трагедией несоответствия амбиций и таланта. Здесь же мы видим процесс, причем в самой начальной форме, когда о результатах еще невозможно говорить. Но, думается, каждый, если бы беспристрастно подумал о своих творческих и человеческих чертах характера, в какой-то степени мог бы "примерить" свои возможности к иной почве. Но для этого нужна, повторяю, высшая беспристрастность. Тем более, что ситуация здесь объективации не способствует. Здесь творчество вне рынка, вне яростной конкуренции со стороны более молодых, более честолюбивых, более целенаправленных. Ты здесь можешь быть гением - и этого не заметят ни окружающие, ни даже ты сам. Но здесь ты можешь, совершив кучу ошибок в своем творчестве - не почувствовать их. В результате, у нас талант, реализованный в самой малой степени, сразу выделяется. Здесь ты можешь считать себя художником, поэтом, литератором и т.д. - и в сущности, никто, или почти никто, не усомнится, если ты сам в этом уверен. Поэт может быть при этом лифтером, дворником, сторожем, но последнее обстоятельство не снижает ни его внутреннего достоинства, ни признания его со стороны авторитетного для него окружения. У нас, несомненно, больше свободы внутренней. Пожалуй, у нас 95% свободы - внутри. На Западе многое труднее находится в двух ролях. Если такое происходит, то обычно его действительное положение окружающими оценивается ближе к низшей ступени, чем к верхней. Поэт-лифтер, прежде всего будет оцениваться как лифтер, и лишь затем - как поэт. Но в

отличие от нас, там нет фактических препятствий для реализации личности, если личность имеет качества, необходимые для гибкого приспособления к "правилам игры". В противном случае действительность быстро обламывает амбицию, наглядно и жестко доказывая, что у тебя нет хватки, нюха, технической умелости. Несомненно, что на Западе преуспевающей массой является масса конформистская. Поскольку понятие "нонконформизма" во многих смыслах является одинаковым как у нас, так и на Западе, то многие отечественные нонконформисты оказываются и на Западе ^{НОН} конформистами, но еще с прибавлением тех оттенков, которые говорят о деловой несостоятельности его носителя и т.п.

В.Н.: Какие именно качества нашей действительности оказывают сугубо отрицательную роль при столкновении представителей разных миров- нашего и западного?

В.П.: Миф и мифология. Мы живем в мире организованных и стихийных мифов. Они господствуют по обе стороны границы. Запад ничего не знает о нас, о нашей реальной жизни. Мы- тоже. За "фактами" большей части информации, которая поступает "к нам" и "к ним" лежит оперирование мнимыми величинами.

Для нас же определяющей является наша внутренняя мифология: фиктивный успех, фиктивные отношения, наши идеальные (т.е. не проверенные реальной действительностью) социальные, экономические и духовные ценности. У них есть какой-то эталон, но это не Парижский метр в палате мер и весов, и в этом смысле он идеален и мифологичен. Что такое успех такого-то художника, поэта, экономиста? Скажем, заведующий складом. У нас это, величина, герой тотально-го дефицита. А что такое завскладом в Нью-Йорке?... У нас выходят книги и журналы, организуются выставки, спектакли, которые не имеют коммерческой ценности. Вы возразите, и резонно, что Леонардо или Тициана нельзя оценить коммерчески. Но ведь и какого-нибудь Налбандяна или Бродского- тоже. Только первые идут по шкале выше нуля, а вторые- ниже. У нас же обе величины одинаковы по своему абсолютному значению, т.е. выступают в качестве условных или мнимых, непроверяемо-идеальных величин.

В.Н.: Нечто вроде платоновских "эйдосов"?

В.П.: Возможно. Но все это создает неизмеримую путаницу понятий, где все свалено в кучу. А величины, непроверенные реальностью, если они являются господствующими, ~~все~~ отнюдь не способствуют разнообразию конкретных форм в социальной, экономической и духовной жизни. Отсюда определенное стремление к консерватизму, к сохранению внешних степеней свободы.

В.Н.: Но в результате не может ли развиваться по закону дополнительности стремление компенсировать ограничение внешней свободы - свободой внутренней?

В.П.: Хотелось бы думать так... По-видимому, оно даже так и есть. И эта внутренняя свобода, - я повторяю, - она есть в действительности, она проявляется в каждом подлинно творческом акте. Я даже уверен, что наши художники и поэты, даже так называемые "формалисты" определяются прежде всего содержанием, и это, в целом-то, в исторических традициях нашего искусства. Русская икона не случайно - высшее достижение русского художественного духа. Художник работал в узких рамках внешней несвободы - в каноне. Это и есть творческий выход внутренней свободы. Может быть, кто-то из наших современников уже является великим в смысле содержания своей внутренней свободы. Но отсутствие навыков внешней свободы не позволяет в целом нашему искусству овладеть формой, чтобы явить миру свободу внутреннюю. Наше искусство, как это меня убеждает взгляд "извне", остается вещью в себе, непереносимой в иные условия и непереводимой на язык других судеб, отличных от наших. Как и мы сами (почти вне зависимости от наших собственных желаний) в личном плане трудно приживаемся на более благодатной, но чуждой почве.

В.Н.: Что вы считаете главным итогом вашей поездки?

В.П.: Я увидел Россию с той стороны - издалека и извне. Я увидел истинные ценности, которые есть здесь. Я увидел мифы, от которых нужно освободиться. Я увидел тех, кого можно считать настоящими друзьями, и привязанности, которые можно назвать бутафорскими. Я лучше теперь вижу то, что происходит и делается на Западе.

Интервью записал

В. Новиков