



MISHA LENN

ВОДЯНОЙ №1



А почему «водяной №1»? — задала мне вполне резонный, на первый взгляд, вопрос наш редактор. Отвечаю сразу всем. Миша Ленн признан акварелистом номер один в США! А уж то, что акварельные краски оживают только благодаря воде, знаем все. Соответственно, основная задача художника-акварелиста — уметь управлять водой. Вот и водяной! И беседу нашу мы провели у воды, в шикарном отеле Kempinski на Мойке.

М

иша, приятно, что вы нашли время для нас.

Люди, которые меня не знают, думают, что я какая-то недостижимая единица. Людям кажется странным, что человек, который вроде бы так «далеко и высоко», находится рядом, да еще и ходит в бандане и майке! В Америке с этим намного проще, а здесь нужно надевать такую маску легкого равнодушия. Я живу уже 18 лет в Америке и уже привык к другому отношению. Там можно очень просто в кафешке поболтать с сильными мира сего, свободно и без охраны, что здесь, наверное, не совсем возможно.

Это правда, что ваш творческий псевдоним помог придумать Ирина Семенова — хозяйка бутика VERANDA? Она была гостем второго номера The Brands.

Да, это правда. В нем есть некоторая грустная нота. Я был очень близок с мамой, ее звали Лена. Она умерла в 1986 году, мне был 21 год. У меня фамилия другая, немножко сложная, даже не будем ее называть. А Ира предложила хорошую историю, связанную с городом и с именем моей мамы. И мне понравилась эта хорошая комбинация всего. Причем получилось, что Майкл Ленн звучит официально, что пошло на пользу. Когда я приехал в Америку, захотел быть Майклом. Неожиданно — быть всю жизнь Михаилом, и тут Майкл! Ходишь сам такой важный, никто тебя не знает... А потом прошло время, и я стал называться Мишей и подписывать так все картины. Для русского уха это было необычно. Имя Миша — это как-то неуважительно. Когда я вступал в Союз художников несколько лет назад, я уехал уже через месяц, так и не получив корочку. Потом приехал сюда снова и вступил в Союз дизайнеров, мне дали книжечку и спросили, как подписать. «Напишите — Миша Ленн». — «Михаил?» — «Нет — Миша!» — «Но Миша — это же Михаил!».

— «В принципе, да. Но я хочу именно Миша!» Возвращаясь к тому, чем я занимаюсь в течение многих лет, я создал себе этот бренд. Михаил — это уже не я. Когда меня так называют, я не всегда оборачиваюсь. Имя Миша для меня стало брендом. Я вот, кстати, думал, что таков бренд...

Удивительно! Оказывается, не только в нашей редакции задумываются о брендах! Да, такой вопрос мы обязательно задаем в конце интервью!

Я, пока шел, задумался на пару секунд. Бренд — это нечто свое, что может быть людям интересно, и то, что ты делаешь постоянно на высоком, профессиональном уровне.

Среди поклонников творчества Миши Ленна много известных людей?

Дайана Кролл, Вячеслав Зайцев, Джон Малкович. Для Горбачева у меня купили картину, для Хилари Клинтон взяли работу, а еще Джон Вильямс — музыкант, который написал музыку для фильмов Спилберга. С ним я познакомился на музыкальном фестивале. Что интересно, можно быть художником и при этом быть независимой единицей. Можно ассоциироваться с разными событиями и мероприятиями. Я нашел для себя такую нишу, я делаю мероприятия. Правда, не очень красиво звучит...

Может, тогда не мероприятия, а events? Сейчас очень модно так говорить!

Да! Events and show. В переводе на русский, это яркие мероприятия. Каким образом люди узнают об этом? Через уши и через глаза. Уши — это реклама на радио, телевидении и так далее. Люди, запоминают текст, и еще им нужна зрительная поддержка: картина или еще какой-нибудь изобразительный, художественный образ, который бы запоминался. Я как раз нашел себя в этом, создавая различные имиджи и картины для разных events, fashion-show или музыкальных фестивалей.

Если мы говорим об ивентах, расскажите подробнее, как все это создается и какова экономическая составляющая?

Я думаю, что количество денег не имеет значения. Это отношения между заказчиком и мной. Конечно, все это делается за большие деньги. Измеряется в десятках тысяч.

Они платят вперед?

Когда люди договариваются, они знают, что будет хорошо, но насколько, они не знают. Я это понимаю. И всегда у меня проблема, что после ивента мне заплатили бы больше, если бы я попросил больше. А до ивента люди, вкладывая деньги, не знают, как пойдет. Я оптимист по натуре, людей это притягивает. И в моих картинах тоже есть элемент оптимизма. Поэтому, наверное, цены и растут.

А как же процент с продаж?

Хитрый момент! Правильно. Я говорю, ребята, дайте процент! Чувствую, что они не хотят. Есть такая ситуация «бай-аут». Это когда мы все покупаем: картину, права. В бизнесе, в котором я нахожусь, пусть это и искусство, но на нем зарабатывают большое количество денег. Я могу продать картину без прав. Или, наоборот, продать права на использование картины, но она остается у меня. Есть разные варианты. Расскажу историю. Очень много лет назад я продал небольшую fashion-зарисовку за 600 долларов, где-то в 1992 году. В 2002 году Time magazine купил у меня этот слайд, чтобы напечатать один раз в журнале за 10000 долларов.

Ваша ниша, о которой вы говорили, востребована? Заказов больше, чем вы могли бы сделать?

Не заказов больше, а больше денег можно получить. Я работаю с акварелью. И, как разумный человек, понимаю, что за акварель несколько десятков тысяч никто не будет платить. Но когда происходит нечто, картина становится чем-то другим. Это уже не изображение, которое вешается на стену. Предположим, что дизайнер рисует изображение одежды. Что этот рисунок стоит? Ничего не стоит. Но как только с него что-то делается, этот рисунок уже становится брендом.

Когда задумывается событие, как людям приходит в голову, что нужно позвонить именно Мише Ленну?

Вот тут уже другая ситуация, потому что брендом тогда становлюсь уже я. Я заметил, что лучший пиар для меня могу сделать только сам. Потому что я верю в то, что делаю, и люблю это. Остальные, в первую очередь, работают на меня за



Девушка в голубом



Девушка в зеленом



деньги и считают, сколько получают за это. А я хочу не просто заработать, стать известным, но сделать хорошую вещь, оставить в мире след.

О'кей, ближе к брендам. Многие почему-то стараются дать бренду философское определение, хотя это определение маркетинговое.

Серьезно?

Да. Как раз структуру бренда мало кто может сформулировать.

Я тоже никогда не задумывался на эту тему. Вот я думаю, что бренд – это нечто узнаваемое и повторяемое. Это первое. Второе – существуют плохие и хорошие бренды. Хороший бренд – это что-то достигнутое, созданное и повторяемое. Пытаюсь нащупать правильные слова. И если ты достиг чего-то хорошего и находишься в этом, то ты становишься узнаваем. В

силу жизненных обстоятельств художник может корректировать созданный бренд. Возьмем Пикассо, человека, которого я уважаю и перед которым преклоняюсь. Он всегда узнаваем. У него есть несколько стадий, каждую из которых можно назвать брендом. Одна вещь не является брендом. Все должно повторяться. Если книга, то это тираж. От этого никуда не деться.

А бренд «Кока-кола»?

Что «Кока-кола»? Напиток? Этикетка? Что именно?

Он обычно воспринимается единым целым, не делится на напиток и этикетку.

Конечно, ты же не просто слово запомнил. За словом идет напиток, вкус и видение красно-белой волны. Это же идет в образе одним ударом. Предположим, когда я говорю слово «жульен»,

мы сразу вспоминаем вкус и видим грибы. Или музыка. Не знаю, можно ли назвать музыку брендом. Музыка – это сочетание чувств и звука. Это высшая категория искусства, я считаю. Самая низшая – это живопись, потом – поэзия, литература, а потом – музыка.

А дизайн?

Дизайн – это вещь прикладная, он не связан с творчеством. Он уже связан с потреблением. Например, в живописи я пытаюсь найти это сочетание искусства, с одной стороны, а с другой стороны – сделать ее прикладной, потому что я тоже живу в этом мире, я нормальный, достаточно молодой мужчина, с нормальными мыслями, и мне хочется иметь нормальный образ жизни. Ходить в рванье и творить вечное – тоже сложный момент, потому что тогда возникает мысль: а кто ты есть, чтобы говорить миру



Девять великих классиков джаза

какие-то слова, которые он не знает? Говорить их ты можешь, только когда ты молод и не знаешь, что миру уже известно. Вот ты выяснил, что четыре на четыре – шестнадцать. Это давно известно, но для себя ты действительно сделал открытие.

Почему вы уверены, что на вопрос «что» все уже ответили?

Я не уверен, просто считаю, что не имею права открывать миру нечто, чего мир не знает.

Это ощущение, откуда оно?

Мне кажется, что я реально стою на земле. Что я такого изображаю, чего мир не знает? Я для себя понял, что отвечаю на вопрос «как». Это уже моя стихия. Как – своими методами, своей техникой, талантом. Художники всегда друг у друга что-то перенимали. На греческих амфорах уже много всего было. Я вот влюблен в

серебряный век, в эстетство начала века, в костюмы Бакста.

Откуда эта любовь?

Что ты делаешь в своей жизни лучше? То, что есть ты. Все пришло от «Главкомандующего», как я его называю, оттуда. Он дал это, и я чувствую себя комфортно в этой ситуации, а в другой не чувствую. Я музыку слушаю, но понимаю, что это не мое, хотя могу оценить технику и уровень профессионализма автора, а эмоций у меня не возникает. А иногда одна линия Пикассо вызывает кучу всего. Вот откуда это? Когда меня спрашивают: «А почему тут синенькое?», я отвечаю, что не знаю. Акварель – божественная техника, в силу того, что она льется. Вот мы вместе с «главнокомандующим» и творим.

То есть вы лицо, приближенное к «главнокомандующему»? Адьютант?

Адьютант! Прекрасное название для статьи. На самом деле, это серьезный момент. Мы вместе творим. Он помогает.

Может быть, он через нас и творит, а мы просто орудие?

Может быть. Всегда не мог понять: в чем разница между хорошим дирижером и плохим. Вроде смотришь со стороны, он не кажется таким значимым, машет руками. Я общался с Джоном Вильямсом, который музыку для Спилберга написал, он музыкант и дирижер. Дирижер – это человек, который, с одной стороны, руководит процессом, он принимает музыку и растворяется в ней. А иногда, в силу того, что он чувствует, он встает над музыкой и ставит свои акценты. Когда человек может и раствориться, и сказать свое «я», это гениальный подход к жизни.



Красивая нога напоказ

Э то касается и дизайна одежды, и журнала. Я рисую очень много с утра до вечера. Однажды я полдня что-то писал и поймал себя на ощущении, что мою руку ведет нечто. Это ощущение божественного я запомнил навсегда. Потрясающее состояние! Муза, шмуза – фигня все это! А вот нечто божественное существует.

Канал с Космосом есть. Если на него не ставить собственные фильтры, пропускать через себя, это работает.

Интересно сказано!

В мире шедевров не обходится без подделок. Многие хотят обладать картинами мастеров. А Миша Ленн всегда настоящий?

Я однажды увидел, как в Интернете продавался Миша Ленн. Недорого – литография 150 долларов, маленькая. И человек мне упорно по мейлу доказывал, что это настоящая работа. Смешно, когда я сам узнал, что я настоящий. Забавно! О себе же сложно сказать, кто ты. Вот мы сидим, болтаем, а может быть, мы оба великие «человеки». А потом люди будут ставить таблички на эти кресла. Откуда у людей возникает ощущение собственной значимости? Может, деньги являются критерием? Когда тебе платят большое количество денег, надо понимать, что ты делаешь для себя. Тебе заплатили много денег, и ты чувствуешь себя таким великим. А может, тебе просто повезло. Опять-таки, ощущение бренда. Вот художник продает картину за большие деньги, но никто не обращает на это внимания. Художник второй, третий, пятый раз просит большие деньги. И коллекционеры вдруг поворачивают голову и начинают за тобой следить. Если ты делаешь это на протяжении нескольких лет, то они чувствуют, что ты сила и бренд! И тогда тобой начинают заниматься.

Исходя из всего вышесказанного, что же такое бренд?

А я же уже сказал вам в начале. Нечто придуманное, талантливо созданное и повторяемое. Все вокруг хотят от бренда получить прибыль. Заработать можно только на бренде. Если я буду продавать замечательную мебель «от Тюткина», никто ее не купит. А если я скажу, что это мебель от Dedon, то будут покупать. Люди покупают, потому что слышали. Это работает в голове у людей. Они ведомы. Эту технику используют СМИ, политики. Что такое бренд? Это запоминающаяся идея. Кто сказал, что Dolce & Gabbana – это потрясающе? Наверное, ребята сделали интересные вещи, кто-то их развил.



Весь этот джаз



Девушки хотят повеселиться



В Европе, например, идея брендов очень развита. Если сравнить российскую и европейскую девушку, которые забыли ремни Dolce & Gabbana в отеле. Первая позвонит и скажет: «Забери мой синий ремень Dolce & Gabbana», а вторая: «забери мой ремень Dolce & Gabbana синего цвета». То есть для европейцев, особенно в одежде, идея брендов актуальна. Одна моя знакомая решила сделать мне подарок и подарить шалочку. В магазине ей предложили всевозможные варианты, на что она попросила найти ту, которая без логотипов, сказав, что человек, которому будет подарена вещь, выше этого. Хотя у меня совсем не презрительное отношение к брендам.

Когда человек сам становится брендом, он не хочет себя «осквернять» другими брендами!

Д а. Как сейчас в жизни происходит? Все наблюдают, что на ком надето. Все знают, от кого туфли, сколько стоят. Если ты вписываешься в мерку стандартных людей, то они примут тебя. А иногда, наоборот, интересно ломать эти мерки. У меня купил картину Джордж Потати, губернатор штата Нью-Йорк, много лет назад. У меня тогда была Chevrolet 88 года, развалюха старая, колеса болтались. Я сел в нее и поехал к нему в замок, куда приезжали роллс-ройсы, входили солидные люди. Джордж Потати с моей картины напечатал плакат и пригласил художника. То есть мероприятие вокруг меня! Мне на КПП говорят: «Вы кто такой?» Посмотрел на машину. «Вас нет в списках». Ощущение очень интересное. Но я еще не нарастил аксессуары вокруг себя. Внутри обычно смеешься над этим. Условно говоря, мне все равно. Я купил машину «Акура». Почему? Потому что большая, в ней можно целую выставку за один раз перевезти. Она не новая, но

специально покупать машину для статуса я не буду. На меня в Америке смотрят как на идиота: «А у тебя есть своя вилла? Или квартира шикарная?» Да, нет. Я спокойно имею свой Пикассо.

А почему Америка, а не Европа?

Ну, я же поехал в Америку в гости. Меня дядя пригласил. У меня все друзья из Петербурга там живут. И мне предложили остаться. В России тогда я был известным художником в шоу-бизнесе. Помните, был конкурс «Ленинградская красавица», я его оформлял. Конкурсы балльных танцев в «Юбилейном» тоже я делал. Деньги были, а вот интереса на тот момент не было. Потом я вступил в Союз художников и через месяц уехал в гости в Америку, где задержался на 18 лет. Я тогда взял визу, набрал определенное количество писем людей, которые рекомендовали меня, как значимого художника. А недавно получил стеклянную скульптуру, которая означает, что я лучший акварелист Америки. В Лас-Вегасе было вручение.

А что же дальше?

Мне в России очень интересно. Жизнь бурлит, много возможностей, интересов. Здесь мне проще, потому что в Америке есть один момент. Тебя не пускают совсем высоко – делать какие-то очень большие заказы. Здесь я могу оказаться в театре, в книге, могу сделать для кого-то фирменные знаки, что-то оформить. Есть интерес, движение. Там все более сложно происходит. Здесь я знаю структуру человеческой мысли, наверное. Я мыслю так же.

В продаже сейчас есть свободные картины Миши Ленна? Например, сайт с картинами, которые можно приобрести через Интернет?

Свободные, но сложно доступные (смеется). У меня есть сайт mishalenn.com, но этот сайт я не обновлял лет семь. Стыдно. ■