

«Русская мысль»

ЖИЗНЬ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

В заголовок этой заметки взяты слова из двух самых популярных сейчас во Франции песен. В последние три месяца были проданы сотни тысяч записей с этими песнями. Значит ли это, что сотни тысяч французов лишены вкуса? Что они забыли, что Франция — родина таких певцов, как Эдит Пиаф, Ив Монтан, Жорж Брассенс, Барбара, Шарль Азнавур, Шарль Трене, Патриция Каас?

На эти вопросы для «РМ» ответил импресарио Патриции Каас Кирилл Приер.

— Руководитель одной из фирм, выпускающей пластинки, сказал недавно в интервью, что его фирма получает 20 тысяч кассет в год с песнями начинающих певцов и у него физически нет никакой возможности слушать все эти кассеты. Когда ему нужен новый певец, он его «создает». Сегодня новых певцов создают и рекламируют, как новый стиральный порошок. Не боитесь ли вы, что, создавая певцов, вы, импресарио и продюсеры, можете не обратить внимания на новый талант, не заметить новую Эдит Пиаф?

— Карьера эстрадного актера, певца зависит от двух инстанций: от импресарио и от фирмы, выпускающей пластинки. Точно так же, как карьера писателя зависит от его литературного агента и от книжного издательства. Публика и читатели влияют на эту карьеру только «в последней инстанции». Действительно, фирмы, производящие диски, получают по 20 тысяч любительских музыкальных кассет в год, а крупные фирмы — еще больше. Они, конечно, не могут все это прослушивать. И руководители фирмы избегают встреч с начинающими певцами.

— Каким же тогда образом они находят новых певцов?

— В основном через менеджеров, через импресарио. Я лично — менеджер, импресарио певцов. И занимаюсь я, так сказать, их артистической карьерой, причем карьерой не только таких звезд, как Патриция Каас, но и еще никому не известных певцов. Если я звоню художественному директору фирмы и прошу его принять певцу, которая, как мне кажется, заслуживает его внимания, он ее примет и послушает кассету с записью ее песен. Потому что, во-первых, он знает, что я прослушал много кассет,

ГЛЯДЯ ИЗ ПАРИЖА

«Раз, два, три: вода мокрая, а огонь горячий», или Что произошло с французской песней

встречался со многими певцами, искал новые таланты. Во-вторых, зная лично меня, художественный директор доверяет моему вкусу.

Понимаете, наша главная задача заключается не в том, чтобы выпустить новый диск, а в том, чтобы продать как можно больше экземпляров этого диска. А на продажу влияет не только талант певца, но и масса других факторов: маркетинг, реклама, личное обаяние артиста, его умение общаться с людьми... Кроме того, художественный директор фирмы дисков видит: у начинающего певца есть импресарио, значит, импресарио верит в него и будет активно помогать фирме рекламировать его талант на радиостанциях, в печати.

— А в чем именно заключается ваша помощь? Вкладываете ли вы тоже деньги в выпуск диска, в рекламу?

— Нет. Деньги вкладывает фирма, производящая диски. Она оплачивает работу музыкантов, запись в студии и т.д. Импресарио не вкладывает денег. Он занимается артистом. Если он занимается его карьерой удачно, то зарабатывает много денег. Если нет — не получает ни копейки.

— Хорошо, возьмем, к примеру, Патрицию Каас. Она сегодня, пожалуй, самая популярная в мире (в том числе и в России) французская певица. Ее имя, конечно, знают все европейские фирмы, выпускающие диски. Нужен ли такой знаменитости импресарио?

— Все артисты — и знаменитые, и никому не известные — нуждаются в услугах импресарио. И чем артист знаменитее — тем больше. Да, Патрицию Каас знают все, все приглашают ее на гастроли. Но гастроли организую я. Все артисты, которыми я занимаюсь, дают не меньше 100 концертов в год. Денежными проблемами тоже занимаюсь я. И я также слежу за тем, чтобы интерес публики к Патриции Каас и к ее песням не уменьшался. Продолжительность карьеры певца — показа-



Патриция Каас.

тель хорошей работы импресарио.

— А фирма дисков — это просто фабрикант, владелец станков, делающий диски?

— И да, и нет. Фирма оплачивает рекламу певца и работу торговых представителей, которые ездят по всей Франции и предлагают пластинку магазинам.

— Вы — импресарио не только Патриции Каас?

— Нет. Я занимаюсь также карьерой рок-группы «Ниагара», бельгийского певца и киноактера Арно, камерунской певицы Салли Ньюло. А недавно мы подписали контракт с группой «Дип форест». Это группа, использующая в своей музыке африканские мелодии. В общей сложности я обычно занимаюсь семью-восемью артистами.

— Насколько я понимаю, вы не рекламируете безгололых певцов, подобранных по фотоальбомам агентств, занимающихся трудоустройством манекенщиц. Чем объясняется успех этих групп, раскрывающих рот под фоно-

грамму, поющих песни со словами типа: «Раз, два, три: она такая хорошенькая» или «Вода мокрая, а огонь горячий»? Как объяснить чудовищное повальное увлечение подобным идиотизмом в таких странах, как Франция или Россия, т.е. в странах с глубокой и прекрасной традицией авторских песен? Кто несет за это ответственность: импресарио, производители дисков, певцы или покупатели?

— Не следует преувеличивать масштабы этого явления. Такого рода увлечения — это волна, которая очень быстро проходит, это феномен моды, который существует испокон веков. Фирмы дисков хорошо чувствуют, какую музыку публика хочет слушать, скажем, в течение трех летних месяцев, и удовлетворяет этот спрос.

— Вам не кажется, что производители дисков не удовлетворяют, а создают спрос, влияют на вкус публики?

— Я отчасти согласен с вами. Но не совсем. Спрос создают средства массовой информации, в первую очередь музыкальные радиостанции. Они решают, какая песня будет сегодня популярна. Но бывает и наоборот: радиостанции не выпускают песни того или иного певца, а эти песни тем не менее вдруг становятся популярными. Кстати, именно это произошло и с Патрицией Каас в начале ее карьеры. Радиостанции игнорировали ее, а в магазинах ее записи шли нарасхват. Радиостанциям пришлось подчиниться вкусу публики.

Повторяю, не преувеличивайте увлечения французских песнями с идиотскими словами. 100 тысяч фанатов не делают погоды. Даже если эти песни продаются по 300 тысяч экземпляров (что, конечно, огромный успех), не забывайте, что население Франции — почти 60 миллионов человек и что параллельно с существованием такого странного явления, как безголовые певцы, во Франции продолжает существовать и процветать авторская песня. Каждая новая пластин-

ка Гольдмана, например, — событие во Франции, и уже в день своего появления она всегда побивает все рекорды.

— Из всех певцов, карьерой которых вы занимаетесь, самая известная — Патриция Каас. Два года назад я видела на улицах Москвы десятки «патриций каас»: московские девушки подражали ей, как когда-то их мамы подражали Марине Влади. Стены вашего кабинета увешаны золотыми и платиновыми дисками, которые свидетельствуют о колоссальном успехе пластинок Патриции Каас. Во Франции много импресарио. Как и почему она попала именно к вам? Почему решила доверить вам свою артистическую карьеру?

— Начнем с того, что мы почти земляки: она из Лотарингии, а я из Эльзаса. Я познакомился с Патрицией в 1987 году в самом начале ее карьеры, когда она пела песню «Мадемуазель поет блюз». Я был тогда импресарио группы, пользовавшейся большим успехом. И во время гастролей по провинции наши с ней пути часто пересекались. Мы подружились. Мне очень нравились ее песни. Ей, видимо, нравилось, как я работаю. И однажды она попросила меня заняться ее карьерой.

— Вы сопровождаете ее во время гастролей?

— Да. Всегда. Недавно я вместе с ней был в России, где она в присутствии президента Ельцина выступала на праздновании 850-летия Москвы. Она даже выучила две песни по-русски. Патриция очень любит Россию, и это взаимная любовь. Ее любят в России, а некоторые даже влюблены в нее.

— Год назад Патриция Каас изменила свой внешний облик: она иначе одета на сцене, иначе причесывается. Кто принимает такого рода решения: импресарио, фирма дисков или сама Патриция Каас?

— Такие решения принимает она сама. Однажды утром она сказала мне: «Я видела в журнале мод прическу, которая мне очень понравилась»; пошла к парикмахеру и вернулась с новой прической.

— И, став мировой знаменитостью, она не бросила вас.

— Нет. Патриция — очень верный друг.

ФАТИМА САЛКАЗАНОВА

Париж