



КУЛИК СОБАК НЕ ПРОДАВАЛ

Весна, клуб, - 2003 - 13 февраля - с. 27

Новый проект модного художника в галерее «Риджина»

Предположим, человек лет десять пил, ходил небритым, скандалил и не работал. Был сугубо маргиналом, хорошо жить не собирался.

тот что-то случилось, и он неожиданно надел галстук, превратившись в респектабельного менеджера с зарплатой.

Для окружающих и семьи такое перевоплощение всегда выглядит подозрительным, хотя, с другой стороны, нельзя сказать, что этого не бывает в принципе. Примерно такие мысли возникли на vernisаже в галерее «Риджина», где представлены новые работы Олега Кулика под названием «Лозунг, или Возвращение к прозрачности». Привыкнув к тому, что Кулик – это уже «бренд», автоматически подразумевающий некий интеллектуальный подвох и красивую провокацию, здесь в полной мере испытываешь удивление семьи, встречающей своего хозяина – еще вчера не совсем трезвого – при портфеле, ясном взоре и уверенности в поведении.

Кулик, одним словом, представал перед нами удачливым, респектабельным и продаваемым художником, а его шесть новых работ – глянцевыми и причесанными. Голых женщин, кстати, и собак, неприлично демонстрирующих причинные места, нет. Вместо них – огромные фотографии лесных московских пейзажей, снятых через плексиглас, на поверхности которого отражаются урбанистические картины (стройка, митинг, девятиэтажки). Специально «ВК» художник разъяснил свой поворот от эпатаха к музейности.

Алла АРХАНГЕЛЬСКАЯ

– Ваш новый проект сильно не похож на предыдущие, фирменные куликовские провокации. Его, например, не сравнить даже с недавним «Музеем» (таксидермическая Курникова), не говоря уже о превращениях в собаку. Вы перестали «кусаться»?

– Совсем не так. Кусать публику и кусать критиков – разные вещи. Этот проект больше направлен на экспертов. Если зритель увидит просто красивый подмосковный пейзаж, то искусствовед разглядит то, что за спиной.

– За спиной – главное?

– В общем – да. Это такая эстетическая новация, которую сложно воспринимать простым глазом, как, например, голых женщин.

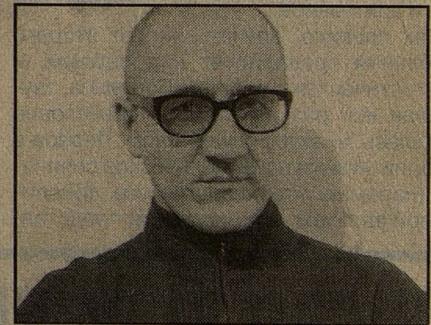
– При этом, «Прозрачность», по вашему, должна быть абсолютно прозрачной для понимания.

– В любом проекте должна быть внятность. А внятность прежде всего приходит через качество. Мои работы очень качественные.

– Вы подразумеваете – гламурные?

– Я вообще не понимаю этого вопроса. Качество – это значит, что если человек купит такую картину, ее приятно будет повесить на стену. Эти работы – как раз из тех, которые приятно купить и повесить где-то дома. Это такая красота, которую может оценить не только коллекционер.

– То есть, для вас главное – продать?



– Продажа для меня не имеет значения. Если работа качественная – она и так продаётся. Впрочем, никому не хочется голодать. Вот я, например, езжу на побитой «шестерке». Думаете, приятно это, когда кругом «мерседесы»?

– Ездите на «шестерке»? При том, что вы – модный художник?

– Я модный, но не коммерческий.

– А превращение в собаку – это разве не удачный коммерческий ход?

– Это удачная случайность. Я нечаянно наткнулся на сундук с сокровищами. Хотя моя первая «собака» не была понятна никому. Как только подключились музеи, Кулик сразу стал модным. Посмотрим, что будет лет через триста.

– То есть, в принципе, вы на это рассчитываете?

– Художник должен нести некое сообщение. А какое оно – могут оценить только потомки. Над Пикассо или импрессионистами все ржали сначала, как лошади... ■