

# Прямой контакт

Когда бываешь за границей, — а я недавно вернулся из поездки по Канаде, — то поражаешься тому, как мало там знают о нашей культурной жизни. Причем специалисты, Я, например, специалов с театральными деятелями, руководителями театров, режиссерами, артистами, со славистами из университета. Рылся в университетских библиотеках — искал, что из наших журналов и книг там есть.

Крохи. Кое-что разрозненное. Самые случайные издания самых разных лет. И сведения у профессионалов тоже непостижимо скудные. Рассказываешь, а слушают — точно с другой планеты свалился. «Неужели у вас около шестисот театров? Профессиональных? Репертуарных? А что такое народные театры? А сколько их? Кто финансирует? И на каком уровне играют? Как, вы говорите, имя этого драматурга? (Известнейшего!) Повторите по буквам, пожалуйста. А что он написал? Где достать? Мы бы перевели, у нас есть люди, прекрасно, просто превосходно владеющие русским языком, но все-таки лучше бы иметь эти пьесы по-английски».

Или переходят в наступление: «А наших драматургов вы знаете? Хотя мы сами предпочитаем американских, так что назовите лучше их». Называешь гроздь имен и пьес. — «А у вас их ставят?» — Называешь постановки в Москве, Ленинграде и других городах. Пожимают плечами. И опять: «Как вы говорите имя вашего драматурга? И еще одного-двух, пожалуйста. По буквам, прошу вас. И снова вопрос: «Где достать?»

И вот, вернувшись домой, я пачками посылаю в театры и университеты наши журналы и пьесы. Но ведь это не выход.

Малая, случайная информированность зарубежных профессионалов о нашей многообразной культурной жизни (в частности, о драматургии) — это, разумеется, не в первую очередь наша вина. Но и наша. Очевидно, не вполне так и далеко не всегда тех информируем. Театры на Западе — предприятия, кроме всего прочего, коммерческие, деловые. Им надо знать: о чем пьеса (в двух словах), сколько действующих лиц (мужских ролей, женских, каких возрастов), сколько персонажей, и какие. В скольких театрах идет (рецензии не интересуют).

Раз информация не доходит до нужного адреса, значит, форму ее и направление требуется изменить. Если нет прямого контакта с теми самыми лицами, которые непосредственно могут быть заинтересованы в постановке советских пьес, а именно: с переводчиками, режиссерами, преподавателями университетских кафедр театрального искусства и славистики (при университетах бывают вполне профессиональные театры, например в Ванкувере), если, повторяю, нет личного контакта с такими людьми, то и результаты окажутся несомненно малы.

Что можно сделать кон-

кретно, чтобы дело наладилось?

Я поделился своими наблюдениями и порасспросил разных людей, имеющих опыт контакта с зарубежными театральными деятелями и организациями. А именно — работников ВААП, драматургов, чьи пьесы идут за границей, критиков и режиссеров, которым пришлось выступать с лекциями или ставить спектакли за рубежом.

Картина такова. Да, существуют барьеры: политические, идеологические, коммерческие, психологические, языковые. Их удается даже без особого труда преодолевать, если, как говорится, выходишь на нужных людей. Но это получается далеко не так часто, как хотелось бы. Дает себя знать отсутствие опыта. Необходимость же преодоления барьеров не подлежит сомнению.

Во-первых, есть неподдельный интерес к нашей драматургии. Тому доказательство — резонанс на появление советских пьес на зарубежной сцене, в тех нечастых пока случаях, когда это происходит. А также жгучий интерес к советской пьесе у приезжающих к нам в страну.

Во-вторых, каждая наша пьеса, поставленная за рубежом, собирает весьма внушительную аудиторию. Если она идет 30—50 раз даже в одном театре, то ее посмотрят уже 30—50 тысяч человек. А если в нескольких городах? Сотни тысяч. А еще пресса о спектаклях, которую прочтут и те, кто посмотрел, и те, кому попасть на спектакль не доведется. Жизнь показывает: каждая постановка советской пьесы на Западе почти всегда превращается в заметное событие.

И, наконец, самое главное: наши пьесы — это наша правда, наши помыслы, мечты, рассказ о нашей действительности, которая либо неизвестна на Западе, либо частично освещается в искаженном виде (когда по неведению, а иногда злонамеренно). Мы заинтересованы в том, чтобы наше представление о нравственности и будущем человечества было подано непредвзято. Если хотите, от этого зависит судьба мира. Именно это — куда идти — заботит здравомыслящих людей повсюду. Люди взвешивают. Так пусть и наша правда ляжет на их весы.

Проще всего, казалось бы, перешагнуть барьер языковой. Взгляды да и перевели, скажем, на английский язык.

Так, да не так. Присланные отсюда переводы не устраивают. Английский язык у нас — это не английский язык в Англии. И еще менее — в США или Канаде. То есть понять, о чем речь, можно. Но не говорят там на таком языке. И уж тем более не играют.

Значит, переводчик должен быть обязательно местным. И хорошим.

Переводчик должен быть местным не только из-за языка. Он должен знать тамошнюю конъюнктуру. С каким театром, режиссером, продюсером иметь дело. У кого какие планы, возможности. Он

должен быть лично материально заинтересован в постановке пьесы на той или иной сцене.

Далее пойдут вопросы, связанные со сложностями взаимоотношений, которые могут способствовать постановке пьесы или препятствовать этому. Ведь и у нас такие сложности существуют. Но у нас — свои, а у них — свои. Их тоже надо знать и уметь преодолевать. Сидя здесь, эти задачи не решишь. Да и на месте их может решить лишь человек с солидной репутацией, либо энергичный и обладающий даром убеждения.

Чем больше мы сделаем для того, чтобы наши пьесы не только вообще шли за рубежом, а были поставлены **точно, верно**, с должными смысловыми акцентами, тем больше гарантий, что слово нашей правды услышит тамошний зритель, и оно найдет путь к его разуму и сердцу. Должен быть прямой контакт, который, по возможности, гарантировал бы от постановки развесистой клюквы.

Кто же заинтересован в том, чтобы наши пьесы шли за рубежом? Драматурги — это безусловно. А кто кроме? ВААП?

Да, ВААП выпускает брошюры и рекламные издания, причем старается издать их красиво и оформить оригинально. Но медленно. С большим опозданием, после выхода пьес на советской сцене.

Кроме того, в стенах ВААП проходят встречи приезжих зарубежных театральных деятелей с работниками соответствующих отделов. На эти встречи приглашаются иногда и драматурги. Затем сотрудники ВААП выезжают за рубеж и оформляют разные соглашения. Но чаще всего на том и кончается все.

Почему? Да потому, что разговор ведется нередко без понимания и гарантии взаимных интересов.

Неплохо бы также помнить, что реклама у нас — это не реклама у них. Они на рекламу денег не жалеют. Там она привычна. Рецензии на спектакль появляются уже на следующее утро после премьеры. И пресса diskutiert: успех или провал. А ей верят слепо. Сказано «успех» — билеты нарасхват. Сказано «провал» — и надо срочно заменять спектакль другим, иначе прогорнишь.

Коль скоро речь идет о постановке наших пьес там, значит, неправильно не учитывать их условий. Следовательно, реклама необходима. Нужны все виды творческой информации. То есть рекламные фильмы о театре, о драматурге, о спектакле. Буклеты, содержащие словесный и иконографический материал, который может заинтересовать и облегчить постановку.

Это как раз неплохо, если наша реклама будет отличаться от той, к которой за рубежом привыкли. Это тоже реклама. Важен технический, качественный уровень и четкость сведений, о которых говорилось выше.

А что еще нужно? Многие. К сожалению, еще неизвестное. Но, когда мы освоим то, что известно, откроется и остальное.

Эти заметки — всего лишь раздумья о том, что видел и слышал. Они никак не претендуют на безошибочность. Но, может быть, они пригодятся тем, кто стремится сделать наши контакты с зарубежными театрами не случайными, а четкими, прочными и прямыми.