

Двадцать восьмого февраля в спектакле Большого театра "Дон Кихот" главные партии исполняют солисты Мариинского театра Диана Вишнева — "La Divina"-95 и Фарух Рузиматов. А по окончании представления получит свою награду "Divina"-96, которой, по итогам опроса московских и петербургских балетных критиков, признана Ульяна Лопаткина. Артистическое агентство "Ардани", учредившее эту премию, за шесть лет своей работы осуществило немало интересных проектов. Сейчас президент агентства Сергей Данильян готовит большой фестиваль в Нью-Йорке — своего рода "дягилевский сезон".

— Сергей Беникович, слухов разных вокруг проекта ходит уже более чем достаточно. Так что же это все-таки будет, и при чем здесь Дягилев?

— Дягилев всегда при чем. Думаю, нет ни одного настоящего продюсера или импресарио, которого не тревожила бы его тень. Наш фестиваль — это и попытка следовать по проложенному им пути, и желание еще раз напомнить миру, какую роль сыграл этот человек в развитии русского и мирового искусства.

На фестивале будут представлены современные версии балетов дягилевского репертуара — "Весна священная" Евгения Панфилова (этот балет, премьера которого состоится в апреле, поставлен им для артистов Мариинского театра, заняты только мужчины, главную партию исполняет Фарух Рузиматов), "Петрушка" Йормы Уотинена в исполнении возглавляемого им Финского Национального балета, может быть, также его новый спектакль "Жар-птица", премьера которого намечена на май, "Послеполуденный отдых фавна" Джиджи Качелеану в исполнении его парижской труппы и "Послеполуденный отдых фавна" (версия Лифара) в исполнении Алексея Ратманского. А еще собираемся представить труппу Балет Индианаполиса, которая покажет "Тысячу и одну ночь" в постановке ее художественного руководителя Эльдара Алиева.

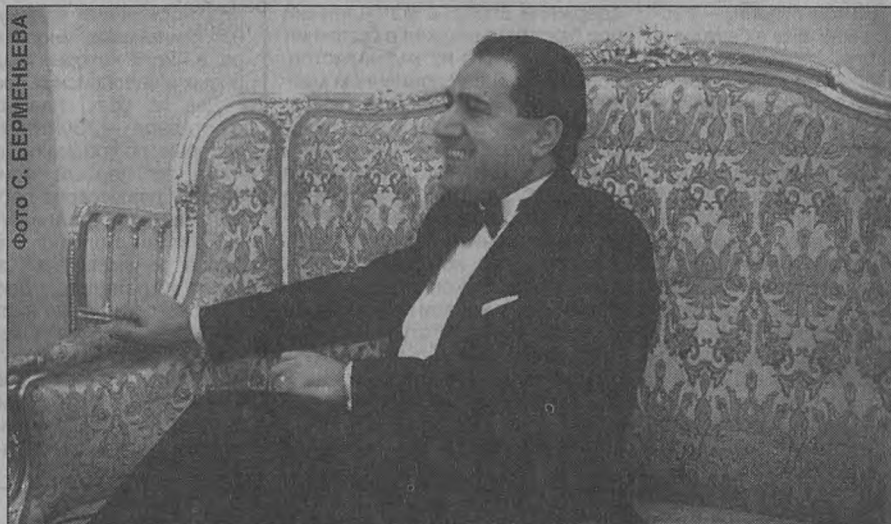
С помощью Французского культурного центра в Нью-Йорке пригласили Реджепа Митровицу. Его выступление в моноспектакле "Дневник Вацлава Нижинского" произвело очень сильное впечатление на Авиньонском фестивале и в Москве, на Чеховском, и нам очень захотелось включить этот спектакль в свою программу.

В галерее "Русский мир" будет развернута выставка "Мир Дягилева", экспонаты для которой — личные вещи, костюмы, эскизы, фотографии — предоставит Санкт-Петербургский музей театрально-музыкального искусства. Отдельная выставка фотографий из уникального собрания этого музея разместится в библиотеке Линкольн-центра. Там же хотим провести международный "круглый стол" балетных критиков, организовать который обещает помочь "Dance magazin" и Комитет танца Международного института театра.

Фестиваль будет проходить в самом сердце Нью-Йорка: балетная часть — в "Нью-Йорк сити центр", драма — в зале ФКЦ, тоже довольно известном. Откроется же он 29 сентября в галерее "Русский мир" — Пятая авеню, между прочим!

Не дает покоя тень Дягилева

ФОТО С. БЕРМЕНБЕВА



— А как рождаются и вынашиваются подобные проекты?

— Постепенно. Одно цепляется за другое. Находишь одну бусинку, другую, третью, и вдруг в один прекрасный момент понимаешь, что может получиться ожерелье. К мысли организовать фестиваль, который — в дягилевском духе — объединил бы разные виды искусств, подтолкнули нью-йоркские гала-концерты Майи Плисецкой. Во-первых, они сами по себе имели фестивальный размах, а во-вторых, там в программе тоже были выставки.

Ничего бы, конечно, не получилось, не найди я замечательного партнера. Феликс Комаров был представителем в Москве компании "Роллс-ройс", затем приехал в Штаты и занялся собственным бизнесом. У него две ювелирные фирмы, которые изготавливают миниатюрные копии произведений скульптуры, выполненные в драгоценных металлах и камнях. Среди художников, с которыми сотрудничает Комаров, иной раз выступая в роли дизайнера, — Эрнст Неизвестный, Михаил Шемякин, Игорь Тюльпанов... Ему и принадлежит галерея "Русский мир". Презентация ее состоялась полгода назад, а официальное открытие — только в январе. Но несмотря на недолгое существование, она уже получила широкую известность. К фестивалю Феликс намерен выпустить специальную коллекцию, посвященную русскому балету. Он, кажется, вообще "заболел" балетом и, кстати, стал соучредителем нашей премии "La Divina".

— Чем грандиознее замысел, тем больше неожиданностей может преподнести его воплощение. Как по-вашему, есть ли гарантия, что фестиваль будет пользоваться успехом?

— А кто может дать такие гарантии? Их и самому Дягилеву никто не давал. Конечно, мы рискуем, но считаем, что в данном случае риск — действительно благородное дело. Наше агентство всегда стремилось представлять тех, кому нужно заявить о себе. И потом, я же не говорю: "Смотрите, это шедевр!" А "Посмотрите, и может быть, вам это будет интересно". Хотя я на самом деле считаю, что это интересно.

Вот, к примеру, Алиев, творчество которого у нас совсем не знают. Танцовщик Мариинского театра приезжает в Америку, организует собственную труппу, начинает ставить, и дела у него идут весьма успешно. Спектакль, который нас заинтересовал, уже был показан, только не в Нью-Йорке, и имел благожелательную прессу. У труппы солидные спонсоры — спектакль "Щелкунчик" представляет "General Motors", "Тысячу и одну ночь" — крупные энергетические компании. В ней есть хорошие артисты, кстати, танцуют и наши, российские, — Татьяна Палий и Александр Ветров.

Мы слишком много набили себе шишек, организовав те или иные гастроли, чтобы так ничему и не научиться. Ничего нельзя прикидывать на пальцах. Должен быть как следует изучен рынок, развернута широкая рекламная кампания, налажена связь с прессой. Чтобы тебя заметили, недостаточно повесить две-три афиши на сцену концертного зала и просто поручить своему пресс-атташе обзвонить СМИ за две-три недели до того, как все начнется. Сообщить о своих намерениях надо не позже, чем за полгода, и потом постоянно напоминать о себе. Надо предусмотреть, чтобы фестивалю не составила конкуренцию своими выступлениями какая-либо крупная балетная труппа. Существуют специальные маркетинговые компании, компании, разрабатывающие стилистику рекламной продукции, компании, занимающиеся public relations. Будет заключен контракт с каждой такой компанией.

Первая реклама на радио (а это очень действенная реклама) пройдет у нас уже в апреле. Мы будем регулярно проводить пресс-конференции. Откроемся в самом начале театрального сезона — это всегда очень заметно. А накануне открытия во Всемирном финансовом центре (дирекция культурных программ центра — наш постоянный партнер) проведем своеобразную "торжественную часть" плюс небольшой концерт. Сценическую площадку и оформление центра — в этот вечер он превратится в некую русскую деревню — делает Борис Краснов. Будет у фестиваля и

своя эмблема, точнее, плакат, что тоже в традициях дягилевских сезонов. Еще не знаю, какой, но уверен, что замечательный, поскольку сделать его взялся Рустам Хамдамов.

Наконец, мы установим умеренные цены — от 25 до 45 долларов — и введем абонементную систему. Программ будет три. Если кто-то захочет посмотреть все, сможет купить себе один из двух абонементов (каждая труппа выступает по два раза), причем места будут самые лучшие, а обойдется он в сто долларов. 35 долларов — неплохая скидка, на американцев это всегда действует.

— Собрать такую программу, разумеется, стоит недешево. Кто все это финансирует?

— Фестиваль некоммерческий. Никто ничего не зарабатывает. Каждая труппа приезжает и живет за свой счет и не получает гонораров. Приехать в Нью-Йорк и на несколько дней снять гостиницу — не так уж дорого. Дорогое удовольствие, которое далеко не каждая труппа может себе позволить, — аренда зала и реклама. А это уже делаем мы, обеспечивая им выступления в крупнейшем культурном центре мира, где получить хорошую прессу — значит сделать себе имя. Затраты, конечно, нам предстоят большие. Аренда зала "Сити-центр" обходится в 7500 долларов, постановочные расходы составят где-то 250 тысяч, расходы по рекламе — 300 тысяч.

Но теперь, после гала Плисецкой, спонсоров искать легче. Мы доказали, что с нами можно иметь дело, что мы даем качественную продукцию. Очень осталась довольна результатом телефонная компания "AT and T", они считают, что получили отличную рекламу, и теперь собираются дать денег гораздо больше. То же самое — "MetLife", крупнейшая американская страховая компания. Приезд артистов Мариинского театра берет на себя крупный американский фонд "Trust for Mutual Understanding". Сама предложила свою помощь японская компания "Tachibana Shuppan". Не исключено, что, помимо всего прочего, она еще и представит на нашем фестивале Токио-балет с "Весной священной" в постановке Нижинского.

А генеральным спонсором, компанией, представляющей наш фестиваль, выразил желание стать "Союзконтракт", спонсирующий также и нашу премию. "Союзконтракт" является членом Американско-Российского делового совета, находящегося в Вашингтоне. Возможно, в те же дни, что и фестиваль, в Нью-Йорке пройдет бизнес-конференция представителей деловых кругов, которую организует совет. И мы надеемся, что их внимание также будет привлечено к нашему проекту.

— А собираетесь ли вы продолжать свою работу в России?

— Если Большой театр вновь пойдет нам навстречу, организуем на его сцене бенефис и нашего нынешнего лауреата — Ульяны Лопаткиной. И постараемся по-прежнему привозить сюда интересные американские труппы. Но это уже отдельная тема.

Беседу вела
Наталья ШАДРИНА