

«Новый век российского пианизма» начинается в Москве и Париже

— Классическая музыка сегодня в России настолько востребована, что нуждается в продюсировании или это поступок от противного?

— Импресарио (у нас их совсем мало) и продюсеры, которых чуть больше, на мой взгляд, — единственные люди, способные помочь остаться на плаву академической культуре. Потому что они озабочены судьбой артистов персонально: помогают им строить карьеру, активно занимаются их гастрольной деятельностью.

— Продюсерство — это в первую очередь бизнес в искусстве. Как вы здесь определяете понятие целесообразности?

— В идеале это бизнес, в котором каждый имеет свой интерес. Исполнитель и продюсер составляют команду, которая работает на публику. Исполнители формируют интерес публики к художественным ценностям, а задача продюсера — обеспечить исполнителя адекватным его имени гонораром. При этом, естественно, желательна получить некоторую прибыль. Поэтому каждый проект — это риск. К сожалению, иногда приходится средствами с других проектов покрывать убытки.

Но о какой коммерции может идти речь, если сегодня средняя стоимость билета в Большом зале Консерватории — доллар-полтора, а арендная плата за вечер — около 1,5–2 тысяч долларов?

— Но Россия уже привыкла к концертам и фестивалям, где цены на билеты достигают и 1000 рублей...

— Это исключение. Приезд таких исполнителей, как Кабалье или Доминго, эксклюзивен. Я же имею в виду прежде всего системную концертную работу, составляющую 90% сезона.

— Но речь не о филармонии, а о частном продюсерском агентстве, строящем свою деятельность на ярких событийных вещах, когда не только расходы выше, но и доходы гораздо больше...

— Дело в том, что, как правило, люди, покупающие билет за большие деньги, меньше всех понимают то, что происходит на сцене. Не секрет, что на подобные концерты эта публика приходит ради престижа — с бутылкой шампанского и мобильным телефоном, чтобы не заснуть от скуки.

— А продюсеру, по большому счету, какая разница, кто сидит в зале? Главное ведь, чтобы деньги заплатили...

— Мы работаем только с крупными исполнителями, зачастую с настоящими звездами. В основном это наши соотечественники, но и для зарубежных гастролеров очень важна атмосфера в концертном зале. И нам, естественно, не безразличен зрительский прием. Поэтому принцип нашего агентства — добиваться той спонсорской дотации, которая позволит удерживать цены на билеты в пределах разумного. И наши залы всегда на аншлаге. Там присутствует понимающая публика, способная отличить Моцарта от Вагнера, а Прокофьева от Шостаковича.

— В какой мере ваша деятельность зависит от спонсорских инвестиций?

— Практически в полной. Это самое болезненное место. Теперь мы стали менять бизнес-стратегию, которая раньше заключалась в том, что все постоянно зависит от спонсоров, которые говорят: «нравится — не нравится», или в последнюю минуту вообще отказываются финансировать проект. Бывали и такие случаи. Спонсоры в наше время предпочитают уходить от открытой рекламы для личного спокойствия. Да и сами по себе академические программы не вызывают большого интереса у спонсоров, которых в стране реально чуть больше десяти, а не сотни, как принято думать. К тому же еще и госзакон о легализации меценатства, о котором уже столько говорено, до сих не принят. Надоело жить на спонсорском вулкане, а у государства денег на культуру нет и, похоже, в ближайшем будущем не будет.

— И что, решения проблемы вообще не существует?

— Сейчас мы просто пытаемся параллельно освоить другую линию — выход на европейский рынок. Агентство «Жар-птица» — основатель с российской стороны нового концертного бюро в Париже Art Tempo. Одним из французских соучредителей является граф Петр Петрович Шереметев, возглавляющий Русскую консерваторию имени С.В. Рахманинова в Париже. Конечно, Франция перенасыщена нашими артистами, но мы четко видим там свою нишу в организации концертов и фестивалей. К примеру, с 15 октября по 15 ноября в Париже мы будем проводить мастер-классы ведущих профессоров Московской консерватории: Наталия Шаховская — вио-

на протяжении последних лет пяти чаще Москву, реже Санкт-Петербург и иные российские города украшают яркие афиши с броскими названиями. Руководствуясь ими, мы уже имели возможность хоть раз в жизни посетить «Певческие биеннале» и композиторские фестивали Свиридова или Шостаковича, услышать «Золотые голоса мира». И все это благодаря энергии и умению одного человека — заслуженного деятеля искусств России Игоря БЕЛЯЕВА, генерального директора продюсерского агентства «Жар-птица».



Продюсер Беляев способен убедить спонсоров выделять деньги на то, что их мало интересует.

Новые Известия — 1999 — № 17 — с. 7

лончель, Галина Писаренко — вокал, Ирина Бочкова — скрипка, Владимир Овчинников — фортепиано. Потом придет черед большого фестиваля «Новый век российского пианизма», который мы будем проводить в Большом зале Московской консерватории и в парижском зале Gaveau при поддержке мэра Парижа, послов России во Франции и в ЮНЕСКО.

— Почему вы открыли агентство именно в Париже, городе, который все-таки нельзя считать европейской музыкальной столицей? На этот статус скорее претендуют Вена или Лондон...

— Мы изучили французское законодательство и концертный рынок. Главное здесь — традиция. Франция исторически связана с «Дягилевскими сезонами», там работали многие гении русской музыкальной сцены. Неспроста Никита Михалков европейскую премьеру своего «Сибирского цирюльника» организовал именно в Париже. Так что наши действия не случайны. Это не значит, что мы будем работать исключительно во Франции. Но всему свое время.

— Как обычно возникает идея нового проекта?

— Агентство «Жар-птица» — это директор, художественный руководитель, бухгалтер и офис-менеджер. Все, что осталось после кризиса. А сложность в том, что идей очень много, но возможность их реального воплощения крайне мала. Основная проблема — дефицит высококлассного исполнительства. Практически все наши выдающиеся музыканты уехали. Надо их как-то возвращать домой хотя бы для того, чтобы просто показать то, чего они достигли, работая за границей. И нельзя забывать о молодежи. В конце концов вот-вот грянет новый век, и хочется свежей волны. Особенность нашей страны такова, что сегодня реальнее договариваться о выступлении с ответственными исполнителями мировой величины, чьи контрактные обязательства, как правило, не затрагивают Россию, в отличие от их зарубежных коллег. Но, надо отметить, что романтические настроения у абсолютного большинства из них уже улетучились. На смену пришел прагматизм — 100% гонорара аккордом, разве что только с поправкой на скромные силы российского капитализма. И это нормально: за любой труд надо платить именно столько, сколько он стоит. С другой стороны, множество раз на моей продюсерской практике зарубежные исполнители лично выражали желание приехать в Россию на минимальных условиях, но их импресарио, чьи интересы страдали, обязательно каким-нибудь образом размывали ситуацию.

— Ваше агентство проводит больше фестивалей, нежели концертов. Это просто выгоднее или такова художественная политика?

— Парадокс, но чем дороже проект, тем легче найти под него деньги. К тому же в цикле можно показать множество исполнителей и разнообразные программы. Я люблю масштабные мероприятия. Но мы не отказываемся и от проведения интересных «одиночных» концертов, хотя финансово их организация сложнее.

— Отчего, на ваш взгляд, происходит столь тотальная фестивализация искусства?

— У нас генетическая склонность к пафосу. В России все должно быть широко и с размахом. Лю-

бим все большое. Нам обязательно нужны концерты на Красной площади с разгоном туч специально вызванной авиацией, пусть там даже акустика никуда не годится...

— Какие из своих прошлых проектов вы считаете наиболее состоявшимися как в художественном, так и в финансовом плане?

— Два года шел вокальный марафон «Певческие биеннале». Работать с певцами-звездами особенно сложно, к сожалению, нам даже приходилось отменять и переносить концерты и за десять минут до начала при полном аншлаге...

Мне очень дорог и юбилейный фестиваль к 80-летию Георгия Свиридова, который мы провели в обеих столицах, показав там абсолютные разные программы, а кроме того, издали полное собрание его сочинений.

И третий проект — фестиваль Шостаковича, который проходил в Москве, Нижнем Новгороде, Омске, Краснодаре и Париже — «Фестиваль на колесах».

— Вы уже коснулись всех жанров академического искусства. У вас есть какие-то личные пристрастия?

— Я очень люблю балет. Финансово мы очень проиграла, а творчески, я считаю, была сильная программа, своего рода шоу «Карден — Плисецкая». Это большая и слишком дорогая программа, даже для Москвы и Петербурга. А сейчас мы создаем сериал о Юрии Григоровиче. Уже сделано две серии, а в плане пять — по 40 минут каждая. Григорович предоставил нам архивы, переписку и, надо сказать, он очень доброжелательно относится ко всем героям своей жизни. Мы не теряем надежды найти спонсорскую поддержку для завершения этой работы, задуманной несколько лет назад. Кстати, у нас есть еще 12 часов видеоматериалов о приезде Альфреда Шнитке в Москву зимой 1991 года. Но сегодня это наш архив. Также ищем инвестиции, чтобы создать полнометражный телефильм.

— В начале ваше агентство было «театрально-концертным» и даже имело собственные мастерские. Теперь оно называется «телевизионно-концертным»?

— Это связано с расширением наших интересов. Подписывая эксклюзивный контракт с исполнителем, мы уже имеем право на телесъемку с последующим выходом в эфир. Для нас это принципиально важно. Такая формула: концерт — телепрограмма. Служком много сил вкладывается в организацию подобных концертов, и хочется, чтобы они продолжали жить на пленке. Не говоря уже о том, что музыканты всегда за то, чтобы их узнала куда более широкая аудитория. ОРТ сейчас мало интересуется академической музыкой, РТР — еще меньше. И все получилось «сваленным» на «Культуру». Канал интересный, но его эфирные возможности да и финансовые ресурсы пока еще скромны. А между тем только нашим агентством создано уже более 40 музыкальных телепрограмм. И еще один проект в данном ряду особый — совместный с компанией Kodak музыкальный видеосериал «Увертюра 1812 год» Чайковского с участием Большого симфонического оркестра под управлением Владимира Федосеева. Нам удалось снять настоящее музыкальное кино, которое сейчас продается в магазинах фирмы Kodak.

— А почему вы не занимаетесь

продажей записей ваших концертов и фестивалей?

— Я скептически отношусь к этому бизнесу. Я издавал видео- и аудиокассеты, CD, книги и ноты. Но все, что касается академической музыки, к сожалению, не имеет коммерческого успеха. К тому же по сети Интернет теперь можно спокойно в режиме on line посмотреть и оперу, и балет, и вообще все что душе угодно. Кстати, по себестоимости это даже дешевле, чем купить лицензионную видеокассету. Другое дело, показ программы по телевидению.

— Свой очередной проект вы назвали «Новый век российского пианизма». Это просто красивое рекламное название или вы действительно считаете, что молодые пианисты, чьи имена стоят на афише, — это рахманиновы и горовицы XXI века, которых просто еще никто не разглядел?

— Я в этом уверен. Может быть, даже надо было взять в проект гораздо больше исполнителей. Наряду с прославленным Михаилом Плетневым и уже известными лауреатами конкурса имени Чайковского — Владимиром Руденко, Николаем Луганским, Денисом Мацуевым, Сергеем Тарасовым, Александром Гиндиным мы привлекли и молодых — Александра Мельникова и Федора Амирова, а также совсем юного пианиста Сергея Басукинского, которого фактически наше агентство перевело из Липецка в Москву, и теперь он учится в Центральной музыкальной школе. Надеюсь, этот мальчик в ближайшее время имеет все шансы стать настоящим явлением. И подобных ребят, конечно, немало. Но мы поделились лишь некоторыми, на свой продюсерский взгляд, и представляем их в проекте. Все они молодые, талантливы и, главное, живут в России. Если им сделать хорошую рекламу, о них узнает весь мир, чего они действительно достойны.

— Вы можете сейчас строить планы на отдаленное будущее?

— Хотим весной показать московской публике два настоящих ярких парижских мюзикла. Уже найдена часть средств, правда, пока незначительная. Затем в наших планах большое шоу с участием российских звезд балета. Уже ведется очень интенсивная постановочная и композиторская работа, а также извечный поиск финансов. Также задумано несколько интересных концертов на сцене Большого зала Консерватории. Например, вечер памяти Валерия Гаврилина или выступление кантора из Нью-Йорка Йозефа Меловани.

— Сейчас в Москве ведется речь о том, что Большой зал Консерватории не справляется с потребностями столицы в хороших академических залах. Вы с этим согласны?

— Мое мнение абсолютно ничего не решает. Об этом и без меня говорят постоянно. Большой зал требует генеральной реконструкции. А вообще Москве нужен не один хороший зал, а десятки. Ведь нашли же средства для строительства «Новой оперы».

— Вы, как продюсер, рискнули бы взять какой-нибудь московский концертный зал в аренду?

— Я рискнул бы взять в аренду зал с хорошей акустикой, мест на тысячу. Хотя нельзя забывать о том, что наш концертный рынок еще очень далек от идеального. А чтобы обладать правом приглашать настоящих звезд, страна должна быть экономически сильной.