

# Не для чёса

Продюсер Эльшан Мамедов рассказывает о финансовой стороне театрального процесса

Григорий Заславский

**Антреприза** — место, куда артисты идут, чтобы заработать. Поэтому билеты на антрепризные спектакли стоят дороже, чем в обычный театр. На антрепризные спектакли идут, поскольку их зазывные афиши обещают всех звезд сразу. Таковы стереотипы.

Несколько лет назад на вопрос, зачем он пошел играть в плохом «Гамлете» антрепризного театра, известный актер, народный артист СССР простодушно ответил: «Семьсот рублей за репетицию, полторы тысячи — за спектакль». Тогда это были деньги. Сейчас за выступление в концерте драматический артист может получить и триста, и полторы тысячи долларов. За спектакль — от пятидесяти до тысячи долларов. Антрепренер Эльшан Мамедов в беседе с «НГ» раскрыл некоторые секреты профессии.

**Э**льшан, понимаю, что абсолютной искренности ждать не приходится, все-таки задаю вопросы, касающиеся финансовой стороны театрального бизнеса. Мы почти каждый раз узнаем, сколько миллионов долларов потрачено продюсерами на очередной громкий мюзикл — на «Чикаго», на «Сорок вторую улицу»... О драматических спектаклях продюсеры предпочитают не распространяться. Почему?

— Нет проблем. Можно сказать, какой бюджет спектакля. Никто не скажет про гонорары. Не потому, что я не хочу говорить. Просто есть контракты, которые нас связывают с актерами. Там есть пункт о коммерческой тайне. Конечно, в драматическом театре нет таких цифр — четыре с половиной миллиона долларов или пять. Это понятно: насколько я знаю, только права на «Чикаго» стоят миллион. У нас речь идет о других цифрах, хотя и они — внушительные для драматического театра. Зависят расходы, конечно, от пьесы, от кастинга, от режиссера — от команды, которую ты собираешь. Спектакль может стоить и десять тысяч, и сто.

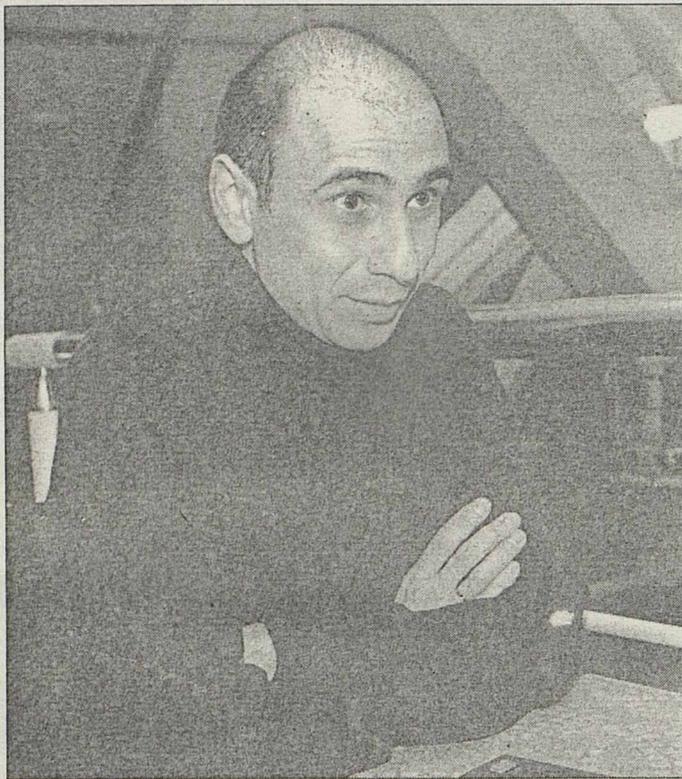
— Например, последний твой спектакль, «Ladies' Night»?

— Вместе с рекламной кампанией около 80 тысяч. Это не дешевый, хотя и не самый дорогой проект. По затратам — средний.

— А самый дорогой?

— Из моих этот — самый дорогой. О других могу только догадываться. Но я думаю, что проекты Международной конфедерации театральных союзов были дороже. «Гамлет» Петера Штайна, «Борис Годунов» Деклана Доннеллана. И Штайн, и Доннеллан — конечно, это должно быть дороже.

— Спектакли обходились дороже прежде, когда вышел



Эльшан Мамедов — театровед и антрепренер.

Фото Фреда Гринберга (НГ-фото)

один из первых антрепризных проектов «М. Баттерфляй» Виктюка, или сегодня?

— Сегодня. Цены все выше и выше.

— Ты исходишь из художественной или финансовой состоятельности проекта?

— У нас за десять лет люди своими собственными руками низвели понятие антрепризы до уровня старого филармонического чёса. Я, к счастью, к этому отношения не имел. Когда коллеги жалуются, что их не любят, я думаю: правильно делают, что не любят. Сделали своими собственными руками!

## Оснзные московские антрепризы и антрепренеры:

Антреприза Александра Абдулова
Антреприза Анатолия Ворожаева
Антреприза Вадима Дубровицкого
Русская антреприза Михаила Козакова
Агентство «Ликур» Лейлы Курашиновой
«Открытый театр» Юрия Малакянца
«Независимый театральный проект» Эльшана Мамедова
«Товарищество 814» Олега Меньшикова
«Театрон-Н» Нины Петровой
«Артпартнер — XXI» Леонида Робермана
Российское государственное театральное агентство Давида Смелянского
Частный продюсер Ефим Спектор

Я же хожу, смотрю, что ставится. В большинстве — это спектакли, которые смотришь с закрытыми глазами. И это называется антрепризой. В глубинке понятие «московский спектакль» стало ругательным: «Опять москвичи приехали!» У меня репертуар — необычный для антрепризы. Хотя говорить про материально-телесный низ можно языком Рабле, можно — языком «Ladies' Night», а можно — языком бульварной итальянской пьесы.

— Когда спектакль выезжает на гастроли, вы рассчитываете на сборы или на местного спонсора, который оплатит все расходы?

— Поскольку мы не имеем возможности приехать заранее и продавать билеты, то мы заключаем контракт с местным прокатчиком, в нем оговаривается сумма гонорара. А все осталь-

ное — уже его проблемы, как уж он окупит зал.

— Спектакль может приносить прибыль? И сколько должно пройти времени до того момента, как окупятся все расходы?

— «Мастер-класс» уже приносит прибыль. С «Трактирщицей» иная история. Это инвестиционный проект, там компания вкладывала деньги, и сейчас она получает дивиденды, но я думаю, что месяца через три-четыре мы выйдем на ноль, и спектакль начнет приносить прибыль. Так что получается примерно год.

— От запуска?

— Нет, с момента премьеры. А так — примерно полтора года. По сравнению с нефтяным бизнесом это, конечно, не прибыль. Театральный бизнес — специфический. Им должны заниматься ненормальные люди. «Фантой», конечно, торговать легче. В театральном бизнесе деньги очень тяжелые. Надо продать зал, это постоянные нервы. У меня спектакль, и я не знаю, что будет в зале в связи с событиями на «Норд-Осте»... А дотаций мы не получаем от государства. И мы должны заплатить артистам зарплату, оплатить аренду. Надо очень любить театр, чтобы этим заниматься. И тем не менее я думаю, что еще через полтора-два года театральный бизнес превратится во вполне нормальный, вполне обычный бизнес.

— Сколько стоит приглашенная звезда?

— Это очень тяжелый вопрос. Нанятый актер?

— Да.

— Как договориться. Даже в ситуации независимого театра, если артисту интересно участвовать, с ним можно договариваться об очень низких гонорарах. Если это делается, грубо говоря, для чёса, разговор складывается жестче. Чем крупнее проект, тем артисты более расположены к переговорам.

— Где ты берешь деньги? Их приходится искать, или, наоборот, проблема в том, чтобы выбрать, чье предложение выгоднее?

— Я их ищу. И каждый раз приходится искать. Я никогда не делаю заказные проекты. Ко мне приходят, случается, люди и говорят, что у них — жена или дочка, нужно, чтобы она была на сцене. Я советую другие места или просто отказываюсь. Мы сами придумываем проекты и потом уже находим деньги. Или это спонсорский проект, или инвестиционный. В «Ladies' Night», мне кажется, мы уже доказали, что театральное пространство может быть нормальным рекламным пространством, его надо только использовать грамотно. Это поле надо развивать. Спонсорство на уровне логотипа на афише смешно. Просто выброшенные деньги. А если придумывать что-то вокруг спектакля, тогда спонсорство становится осмысленным, интересным.

— Часто у нас стремятся засекретить зарплату сотрудников, чтобы сосед не знал, сколько получает коллега. В итоге все знают и все недовольны. В антрепризе бывают скандалы из-за того, что кто-то рядом получает на сто долларов больше?

— Никаких скандалов. Люди понимают, что благодаря человеку, который получает больше, и у них есть заработок. Я где-то недавно прочитал, что на антрепризу покупают билеты, потому что там — известные артисты. А в обычных театрах разве не так? Все равно ходят на известные фамилии. Актер, работающий рядом, понимает, что к чему. Что на Татьяну Васильеву — ходят.

— Если нельзя назвать максимальный гонорар, может быть, назовешь минимальный, который получают актеры в твоих спектаклях?

— Гриша, прости, ну не могу я этого сказать.

## Из досье «НГ»

Эльшан Мамедов окончил театроведческий факультет ГИТИСа в 1989 г. Кандидат искусствоведения. В 1993 г. основал продюсерскую компанию «Независимый театральный проект». Продюсерские работы в театре: «Игра в жмурки» М. Волохова, «Ханна» П.-У.Энkvиста, «Мастер-класс» Т.МакНелли, «Миллионерша» Б.Шоу, «Трактирщица» К.Гольдони, «Ladies' Night». Среди других работ — киноверсия спектакля Светланы Враговой «Катерина Ивановна», авторский сериал Геннадия Хазянова «Чужие юбилеи».