

Бродвей — это товар

Культура — 1998. — 24-30 сент. — с. 11
Как преуспеть в театральном бизнесе?

На шоу "Нью-Йорк приветствует театр", состоявшемся этим летом и посвященном завершению очередного театрального сезона на Бродвее, было объявлено, что бродвейские сцены собрали за последний год на 11 процентов больше зрителей. На церемонии вручения премий "Тони", которая всегда символизирует закрытие очередного сезона на Бродвее, выступил мэр Нью-Йорка Рудольф Джулиани. "Театр для Нью-Йорка — это как сталь для Питтсбурга", — сказал он, и это высказывание явно понравилось публике. Примерно тридцать миллионов гостей приезжает в Нью-Йорк ежегодно, и по крайней мере четвертая их часть приходит посмотреть на бродвейские шоу. Новым центром притяжения зрительского внимания стали две самые большие (на 1800 мест каждая) сцены Бродвея — "Новый Амстердам" компании "Дисней" и центр театрального искусства "Форд". Именно эти театры состязались, представляя два наиболее популярных мюзикла сезона — "Король Лев" и "Рэгтайм". Недалеко отсюда — гораздо менее вместительный, но, пожалуй, не менее популярный зал, где идет возобновленный спектакль "Кабаре". Да и немюзикальные театры тоже играли практически при аншлагах. В первую очередь это касается спектаклей, имевших наибольший успех, — "Рента", "Бринг ин да бойс, бринг ин да фанк", "Титаник" и "Чикаго".

Одно из главных слагаемых коммерческого успеха в том, что Бродвей, по выражению прессы, "перешагнул через реку Гудзон и распространился по всей стране и миру". Менеджеры сделали ставку на качество гастрольных шоу. И не ошиблись. Такого рода рекламу обеспечила в своих программах и Роза О'Доннел, которая занимается популяризацией Бродвея на национальном американском телевидении. "Деньги найдем в дороге", — высказал свое кредо господин Джек Бернштейн, исполнительный директор Лиги американских театров и продюсеров. С 1995 года Бернштейн одержим идеей превратить Бродвей в эффективную рыночную структуру и сделать его не только нью-йоркским, а общенациональным товаром. "Бродвей — это не только Нью-Йорк, это вся страна", — говорит он. В 1996 — 1997 годах 17,6 миллиона американцев в 90 городах посмотрели хотя бы один из бродвейских "хитов". "Если еще 20 — 30 лет назад театр был производством "на домным", то теперь все меняется, — рассуждает Майкл Дэвид из "Дождер продакшн", которая представляет зрителю спектакль "Титаник", собравший рекордное число номинаций премии "Тони". — Теперь, наконец, мы можем сказать, что театр становится частью механизма американского капитализма. Когда кто-то с ностальгией вспоминает старые времена и говорит, что вот тогда Бродвей был полон свежих постановок, я смеюсь! Успеха хватало на 20 недель, не более того. Сейчас же некоторые постановки держатся на сцене не один год и дают прибыль от продажи билетов по всей Америке". Одним из наиболее ярких примеров того, как делается бизнес на современном Бродвее, считается театральная группа "Пейс театрикэл груп". "Мы ставим спектакли на Бродвее и одновременно спонсируем национальные гастрольные труппы, которые выступают



Сцены из спектаклей "Король Лев" и "Рэгтайм"

более чем в тридцати городах мира, — говорит президент этой театральной группы Скотт Зигер. — Техника театрального производства выросла настолько, что "Рэгтайм", показанный где-нибудь в Далласе, смотрится точно так же, как и в Нью-Йорке: те же постановочные эффекты, то же качество света, звука и актерской игры. А это позволяет устанавливать цену на билеты столь же высокую, как в Нью-Йорке: 65 долларов и выше". Как пишет журнал "Ньюсуик", постановки театральной труппы Зигера "Кошки" и "Фантом оперы", в которых принял участие известный продюсер Камерон Макинтош, за время своей многолетней сценической жизни ("Кошки" не сходят со сцены двадцать лет, а "Фантом оперы" — десять) собрали по всему миру более четырех миллиардов долларов. Современные постановщики рангом пониже, конечно же, вынуждены приспосабливаться к каждой сцене. "В небольших театрах мы играем на небольшую аудиторию, — говорит Джон Легуизамо, звезда театра одного актера "Фрейк". — Когда мы переехали на Бродвей, зал стал больше, а зрители, если их много, смеются дольше, и спектакль стал терять динамику. Мы пришли к выводу, что нужно сократить некоторые сцены..."

Разумеется, далеко не все театры могут позволить себе постановки супер-шоу с огромными расходами, как это делают бродвейские гиганты "Новый Амстердам" и "Форд". Они ищут иные способы завладеть вниманием зрителя — например, используют имя звезд на своих афишах. Практика показывает, что гонорары, выплачиваемые звездам (а они составляют в среднем 500 тысяч долларов), в итоге оправдывают себя.

Бродвей! Сегодня это звучит в Америке громче, чем когда-либо. Актеры и постановщики признают, что никогда не было лучших времен для того, чтобы рисковать на сцене, играть нестандартно, шоки-

ровать зрителя и критиков. 11 миллионов театральных билетов продано за прошедший сезон, прибыль составила почти 600 миллионов долларов, "перекрыв" доходы предыдущего сезона на 11,6 процента. Однако театральный бум не обошелся и без финансовых потерь. Среди неоправдавшихся надежд называют такие мюзиклы, как "Высшее общество", "Скарлет Пимпернелл", некоторые драмы — "Дневник Анны Франк" или "Золотой ребенок". Наконец снят с постановки спектакль "Жизнь" — после целого года сценической жизни он так и не вернул "существенный кусочек" от тех шести миллионов долларов, которые стоила его постановка. Все в театральном мире относительно, хрупко, непредсказуемо, и качество постановки не всегда гарантирует ее финансовую отдачу. Несмотря на успех "Рэгтайма", центр театрального искусства "Форд" потерял за последние 15 месяцев значительные суммы за счет другой, менее успешной постановочной работы.

... Говорят, что американский театр вдохновляет успех "западного" соперника — Голливуда. Менеджеры на Бродвее мечтают принести театральным "восточным" подмошкам ту же славу и те же деньги. Многие режиссеры и актеры мечутся между постановочными площадками Голливуда и Бродвея. "Кино невозможно: здесь возможны трюки, хитрости, обманы, — говорит актер Джон Легуизамо, — потому что ты один и видишь только камеру. А театр — впечатляющая проверка себя. Ведь если ты делаешь что-то на самом деле грандиозное, публика отвечает тебе теми же эмоциями. А если ты скучен, то тоже видишь это в глазах зрителей. Театр может не простить тебя..."

По материалам зарубежной прессы подготовила Светлана ЧАПЛИНСКАЯ