

НА ОДНУ ТЕМУ *Культура. 1992. - 25 апр. - с. 7*

Престижно

Такое вот странное произошло событие — новая американская авиакомпания «Балтия-Аэрлайнс» провела свою первую пресс-конференцию в... фойе бельэтажа Мариинского театра. И рядом с вице-президентом компании Брайаном Глинном сидели консул по культуре генконсульства США в Санкт-Петербурге Диана Макси и художественный руководитель театра Валерий Гергиев.

А суть события в следующем. В последние годы Мариинская опера покорила своим искусством Европу. Но для полноты триумфа недостает покорения Нового света.

Нынешним летом в Нью-Йорке планируется фестиваль Санкт-Петербурга. На сцене «Метрополитен-опера» вновь выступят балет и впервые опера Мариинского театра. Все ее «звезды» предстанут в спектаклях «Огненный ангел», «Пиковая дама», «Борис Годунов».

Путь до Нью-Йорка не близок, а главное — недешев. И

театр оказался бы в трудном положении, если бы расходы по доставке в Нью-Йорк почти четырехсот человек не взяла на себя компания «Балтия-Аэрлайнс».

Театру это выгодно несомненно. А авиакомпании? Оказывается, тоже. Гастроли Мариинского театра сделают умозрительный интерес к городу предметным, и «теоретическое» стремление в Санкт-Петербург реализуется на практике, то есть авиакомпания получит новых пассажиров. Но есть соображения более глубокого, хотя тоже делового, порядка. Мариинский театр — это имя. Став его спонсором, «Балтия-Аэрлайнс» повышает свой престиж, «работает» и на свое имя. А доброе имя в подлинно деловом мире тоже дорогого стоит. Там не только заработать, но и потратить деньги бывает престижно. Если по-умному.

Э. ГОРЧАКОВА.

(Наш соб. корр.)

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ.