

А.М.Стельмах,
ст. преподаватель
кафедры менеджмента СКД

Театральная антреприза и предпринимательство

Политические и социально-экономические новации 1990-х гг. повлекли за собой изменения в художественной жизни Беларуси, проявившиеся особенно заметно в структурном отношении. Начался процесс формирования арт-рынка, нацеленного на упразднение государственной монополии, расширение и укрупнение социально-культурной активности частных лиц. В структуру художественного рынка, составной частью которого является предпринимательство, влились творческие организации, художественные галереи, частные театры, продюсерские центры.

В сфере сценического искусства, начиная с середины 90-х гг. XX в., значительный сегмент белорусского арт-рынка принадлежит театральной антрепризе. Антрепризой является частное зрелищное предприятие, создаваемое и управляемое антрепренером и предусматривающее участие в конкретной постановке (на определенный срок) актеров из разных театров.

Предпринимательская деятельность в сфере театрального искусства Беларуси представлена белорусскими театральными коллективами, которые за сравнительно короткое время (десять лет) выявили устойчивую альтернативу государственным театрам.

Наиболее показательным явлением образования новых творческих формаций для столицы Беларуси. Можно с уверенностью утверждать, что развитие антрепризного движения стало результатом социально-экономических преобразований, обусловивших изменение направленности театрального творчества в сторону потребностей и вкусов массовой аудитории.

Сегодня еще рано говорить о завершении процесса формирования облика белорусской театральной антрепризы. Однако десятилетняя история функционирования белорусских частных театральных коллективов и собранный за этот период творческий материал позволяют рассматривать антрепризу как полноценное явление художественной культуры республики.

В новых социокультурных условиях начала 90-х гг. XX в. наблюдалось принципиальное изменение взаимоотношений искусства и публики: возникла необходимость появления тех, кто поможет художникам быть востребованными, а потребителям

ориентироваться в творческих произведениях. По мнению российского искусствоведа Д.Смелянского, сценическому искусству, которое развивается в определенных организационных формах и нуждается в привлечении зрителей в театральные залы, посредник в том или ином виде был необходим всегда.

Идея посредничества между художником и публикой воплощается в деятельности антрепренера. Сегодня это человек, который с полной финансово-юридической ответственностью занимается постоянным театральным делом как предприятием. Антрепренерами называют тех, кто осуществляет прокат или постановки спектаклей в одном месте или с одной творческой группой. Современный театральный антрепренер не обязательно является собственником спектаклей, но он всегда ведет театральное дело.

Таким образом, в основе любого антрепризного проекта стоит организатор, который занимается финансовыми, творческими и организационными вопросами. По форме собственности антреприза является частным предприятием и существует на средства, полученные от реализации творческих продуктов. Априори финансовая поддержка со стороны государства почти полностью отсутствует.

В 1990-е гг., в период неограниченной творческой свободы деятелей театра, организационно-правовые и юридические аспекты регулирования деятельности антрепризы оставались до конца не разрешенными. В постсоветском, в том числе и белорусском, законодательстве не было положений, определяющих формальный статус таких организаций (предприятия и общественные организации). Именно поэтому правовая форма первых белорусских театральных антреприз являлась неидентифицированной.

Значительные изменения в этом вопросе наблюдаются в период с 2000 по 2006 г. Открытые в этот промежуток времени частные театры имеют строго определенный юридический статус некоммерческих или, наоборот, коммерческих организаций.

Некоммерческими организациями является созданная в 2000 г. в юридических рамках частного унитарного предприятия театральная антреприза “Белорусские сезоны” (с 2006 г. – “Театральный ковчег”). Структурным подразделением унитарного предприятия “Виртуозы сцены” является Современный художественный театр

(СХТ). Театр “Компания” входит в общественное объединение (ОО) “Фортис”. У ОО “Белорусский фонд развития культуры” существует одноименная антреприза. К разряду коммерческих предприятий, нацеленных на получение прибыли, относятся общества с дополнительной ответственностью (ОДО) Новый театр и Театр Блефа.

Точно определенный юридический статус театрального предприятия не только позволяет осуществлять предусмотренную законодательством Республики Беларусь предпринимательскую деятельность, но и предоставляет возможность дополнительных стимулов отдельным формам предприятий. Согласно Указу Президента Республики Беларусь № 119 “Об упрощенной системе налогообложения” от 9 марта 2007 г. организации, в зависимости от объема выручки и количества штатных сотрудников, имеют право на упрощенное налогообложение.

Антреприза подчинена законам рыночной экономики, и самоокупаемость для такого предприятия является главным средством существования. Доходная часть бюджета театральной антрепризы напрямую зависит от объемов продажи билетов. Поэтому цены на билеты устанавливаются таким образом, чтобы компенсировать значительную часть постановочных затрат. Отсюда вытекает и специфика проката спектаклей белорусской антрепризы. Они эксплуатируются до того времени, пока не будет возвращен бюджет спектакля. (В отличие от деятельности западноевропейских антрепренеров, которые снимают с проката спектакль, если продается менее 70 % зрительских мест зала, а на его место выпускают новый).

С первых шагов возрождения (театральная антреприза существовала на белорусских землях вплоть до 1919 г.) в новых социально-экономических условиях 1990-х гг. творческие коллективы были несколько регламентированы в репертуарной политике. Коммерческий характер предприятия, функционирование которого зависит от прибыли, требует постановки произведений, максимально близких и понятных широкому кругу зрителей независимо от уровня образования и финансовых возможностей. Спектакль – это товар, который необходимо выгодно продать. В отличие от государственного театра антреприза не может позволить себе постановку убыточного спектакля.

Репертуар антрепризы формируется с учетом предпочтений режиссера, запросов времени, вкусов и ожиданий публики. Именно характер репертуарного предложения является одним из факторов роста посещаемости спектаклей и соответственно прибыльности театрального предприятия. Зрители театра – это потребители театральных услуг. Покупая билет в театральной кассе, они тем самым демонстрируют свои предпочтения в сторону того или иного театра.

Для привлечения максимально большего количества зрителей белорусскими антрепренерами активно используются маркетинговые технологии, сущность которых заключается в выделении спектаклей театральной антрепризы из общего массива постановок. Маркетинг является средством, помогающим производителям сферы зрелищных искусств лучше знать и удовлетворять потребности рынка.

Характерные стратегии уникальности спектаклей театральной антрепризы проявляются в выборе белорусскими режиссерами драматургического материала: пьеса с “кричащим” названием или интригующим сюжетом (“Танго втроем”, “Стриптиз”, “Прикосновение”). В эффектных режиссерских решениях спектаклей (“Двенадцатая ночь”, реж. К.Огородникова; “Найти Элизабет”, реж. А.Гарцуев; “...С приветом, Дон Кихот!”, реж. И.Райхельгауз) и необычном использовании популярных белорусских актеров с устоявшимися амплуа (С.Журавель (Марк), спектакль “ART”; В.Манаев (Франсуа Пиньон), спектакль “Ужин с придурком”; А.Полозков (Эрик Ларсен), спектакль “Танго втроем”). Отдельные спектакли выделяются неординарным подходом в решении рекламной кампании (“Старший сын” СХТ).

В некоторых проектах наблюдается применение нескольких стратегий маркетинговой привлекательности. Спектакль Современного художественного театра “Двенадцатая ночь” характеризовался нетрадиционным прочтением драматургии У.Шекспира. Условные, подчеркнута театральные декорации и костюмы спектакля дополняли условность театрального зрелища в облики актеров. И мощный PR-ход в начале рекламной кампании: “Мужской театр” К.Огородниковой, где все роли играют мужчины. Безусловно, такая рекламная акция в совокупности с концептуальностью всего спектакля способствовали продвижению театрального проекта широкой зрительской аудитории.

Руководитель СХТ В.Ушаков заложил аспект привлекательности в название своего театра, будто подчеркивая лидирующее положение на рынке антрепризных проектов. С одной стороны, название “Современный художественный театр” отправляет зрителей к Московскому художественному театру К.Станиславского и В.Немировича-Данченко и тем самым утверждает образ театра настоящих профессионалов, театра высокого художественного качества, лишённого дилетантизма и коммерциализации, что провоцирует постоянный интерес публики. С другой стороны, декларирование театра как современного позволяет руководству СХТ использовать механизмы позиционирования театрального продукта как престижного, который соответствует представлениям об определенном стиле жизни. Это позволяет привлекать в зрительный зал публику, которая готова платить за “эксклюзивные” спектакли высокую цену.

Белорусская антреприза представлена всеми театральными жанрами, за исключением классических оперы и балета. При этом большинство функционирующих театров находятся на жанровой границе: постановки насыщаются приемами пантомимы, клоунады, экспериментальными танцевальными импровизациями с использованием литературно-музыкального материала. Создаются своеобразные художественные симбиозы – по примеру спектаклей П.Адамчикова (“Больше, чем дождь...”, “Балаганчик”).

Безусловно, постановки антрепризы не являются сквозь новаторскими и идейно-содержательными. Поэтому существующее в театральных кругах мнение о “легких” спектаклях, которые являются основой антрепризного репертуара, имеет место, однако требует некоторого уточнения. Для формирования относительно объективной точки зрения необходимо отметить, что среди огромного репертуарного массива белорусских стационарных театров процент спектаклей, поставленных для привлечения и развлечения публики, составляет треть общего предложения.

Организация прокатно-гастрольной деятельности белорусской антрепризы характеризуется следующими особенностями. В 1990-е гг., в отсутствие стационарных, арендуемых площадок, создание постоянной прокатной афиши театральной антрепризы было делом весьма трудоемким. Коллективы играли свои спектакли от случая к случаю, для поддержания необходимого уровня исполнительского мастерства и интереса зрителей. На одной сцене Дома культуры

имени Ф.Дзержинского одновременно показывали свои спектакли антреприза “Виртуозы сцены”, антреприза ПЦ “Альфа-радио” и “Никола-театр”, что, безусловно, тормозило расширение творческой деятельности каждого коллектива и не позволяло зрителям определиться с местонахождением их любимого театра.

С появлением у театров своих арендуемых площадок наблюдается более-менее регулярный режим проката постановок. Театром современной драматургии “Театральный ковчег”, в активе которого 6 спектаклей, за сезон 2005/06 г. осуществлено 42 показа в Минске, 4 – на гастролях и фестивале. Театром “Компания”, в репертуаре которого 3 спектакля (причем премьера последнего прошла весной 2007 г.), за сезон 2006/07 г. сделано 23 показа в Минске и 2 – на гастролях.

Отсутствие у белорусских антрепренеров возможности иметь собственные театральные здания породило практику предоставления государственными театрами собственных площадок для показов. Национальный академический театр имени Янки Купалы сотрудничает с ПЦ “Magic” и антрепризой Белорусского фонда развития культуры, а Театр-студия киноактера взаимодействует с ОДО “Новый театр”.

Специфику работы коллективов театральной антрепризы определяет и тот факт, что в создании спектаклей участвуют приглашенные из государственных театров актеры, режиссеры, художники и т.д. Уровень занятости данных работников в стационарных коллективах является решающим в планировании проката постановок антрепризы. Так, например, спектакль “Танго втроем” театра современной драматургии “Театральный ковчег” показывался три-четыре раза в сезон именно по причине активной деятельности основных исполнителей И.Сидорчика и А.Полозкова в Белорусском республиканском театре юного зрителя.

В отличие от российской театральной антрепризы, которая характеризуется активной гастрольной деятельностью в столице и областных городах нашей республики, белорусская антреприза в такой возможности ограничена. Это объясняется и малочисленностью спектаклей (в постоянном прокате Современного художественного театра находятся 4 драматических спектакля для взрослых, в театре современной драматургии “Театральный ковчег” – 6, в театре “Компания” – 3, в “Новом театре” – 2 и т.д.), и неустойчивым финансовым положением коллективов (организация гастролей требует значительных

капиталовложений), и отсутствием надлежащего уровня информированности населения о деятельности частных трупп и т.д.

Таким образом, возрождение театральной антрепризы в 90-е гг. XX в. явилось прямым отражением социокультурных процессов времени. Упрощение системы управления театральной процессом, который был долгое время под контролем государственных органов, открыло новые перспективы творчества перед деятелями театра и дало возможность реализации оригинальных режиссерских проектов и экспериментальной проверки новых художественных идей. Уменьшение бюджетного финансирования театральной сферы и привлечение частных инвестиций явилось следствием появления иной модели организации театрального процесса – театральной антрепризы.

Организационная основа антрепризы характеризуется соединением в одном сценическом проекте представителей разных театральных учреждений. Плодотворное творчество, стремление к созданию выразительности каждого коллектива, которые на практике проявились в формировании определенного круга актеров и режиссеров, постоянно участвующих в частных проектах, относительная систематичность в показах – все эти аспекты определяют антрепризу как предприятие. Причем факторы финансовой независимости от государственного спонсоринга и наличие в проектах хорошо известных зрителю исполнителей (актеров–“звезд”), которые обеспечивают экономический успех, являются характеристиками антрепризы как коммерческого предприятия.

1. Бузук, Р.Л. Беларускі тэатр і глядач на парозе XXI стагоддзя / Р.Л.Бузук. – Мінск: БелДПК, 2004. – 254 с.

2. *Об упрощенной системе налогообложения*: Указ Президента Респ. Беларусь, 9 марта 2007 г., № 119 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2007. – № 1/8417.

3. *Смелянский, Д.Я.* Продюсер в театральной процессе России. Организационно-творческий аспект: автореф. дис. ... канд. искусствоведения: 17.00.01 / Д.Я.Смелянский; Рос. акад. театр. иск-ва. – М., 2000. – С. 22.