

## ОСОБЕННОСТИ ПРАКТИКИ МЕНЕДЖМЕНТА В ОБЛАСТИ МУЗЫКАЛЬНОГО ТЕАТРА КИТАЯ

**Ван Мин Сюнь**

*аспирант кафедры белорусской и мировой художественной культуры УО  
«Белорусский государственный  
университет культуры и искусств»  
(Республика Беларусь, г. Минск)*

Конец XX – начало XXI века в Китае ознаменовалось бурным развитием музыкально-театрального искусства. Новый для китайской публики жанр – мюзикл – необычайно быстро заполнил сценические площадки многих городов страны.

Впервые мюзикл в Китае появился в начале 1980-х гг. Гастрольные выступления американских и японских театральных трупп познакомили китайских зрителей с этим новым для них музыкально-театральным жанром. Стремительное развитие китайской экономики в середине 1990-х гг. способствовало тому, что японские представители музыкального театра, являясь «проводниками» мюзикла в азиатском регионе, рассматривали страну как огромный, обладающий значительным потенциалом для внедрения и развития японского мюзикла рынок [3]. В связи с этим во второй половине 1990-х годов театральные деятели Японии создали свои собственные «артистические базы» в китайских художественных вузах (например, совместные учебные проекты японского театрального коллектива «Четыре сезона» и Китайская академия драмы /1996/, японской труппы «Дух искусства» и Пекинской академии танца /1997/) с целью профессионального обучения китайских артистов мюзикла. Ожидалось, что через несколько лет Китай превратится в «великую державу мюзикла» [2, с. 20]. Однако азиатский экономический кризис 1997 г. существенно затормозил темпы развития экономики Японии и Китая. Поэтому постановка американского мюзикла «Красавица и чудовище», осуществленная японским постановочным коллективом в 1999 году, шла на китайской театральной сцене всего лишь в течение месяца (с 22 октября по 21 ноября). Спектакль не имел ожидавшегося коммерческого успеха; инвесторы с трудом вернули свои вложения. Вместе с тем, на находившийся на стадии «обучения» китайский мюзикл было оказано положительное стимулирующее воздействие.

Театральные деятели Америки и Европы были более осторожны и осмотрительны по отношению к китайскому рынку мюзиклов. Первым шагом по его освоению явился концерт популярнейших песен из мюзиклов Э. Ллойда Уэббера, состоявшийся в 2001 г. в зале заседаний Всекитайского собрания народных представителей и вызвавший широкий общественный резонанс. Следующим шагом можно назвать успешную постановку мюзикла «Собор Парижской Богоматери» (на французском языке) на пекинской музыкально-театральной сцене в 2002 г.

Еще более непосредственное влияние на развитие китайского рынка мюзиклов оказала деятельность Шанхайского Большого театра, на сцене которого были представлены популярнейшие западные мюзиклы: «Отверженные» (2002), «Кошки» (2003), «Звуки музыки» (2004), «Призрак оперы» (2005), «Король Лев» (2006), «Мамма Миа!» (2007). Исследователи отмечают, что во многом благодаря деятельности этого театра выкристаллизовался дальнейший путь развития китайского мюзикла – путь «заимствований, заимствований в сотрудничестве, творчества в сотрудничестве, оригинального творчества» [6, с. 64], обязательным условием осуществления которого является поддержка отечественного зрителя.

С 2007 г. на сценах китайских театров были осуществлены постановки лучших мировых мюзиклов под руководством Международной театральной компании «Восточный Бродвей». Следует отметить, что при создании спектаклей здесь использовалась модель менеджмента, характерная для бродвейских театров. Ее отличительными чертами являются – «серийность, интенсивность, типичность» постановок мюзиклов [6, с. 64].

Сегодня западные специалисты, работающие с мюзиклом на китайском рынке, используют самые различные подходы для организации постановок: приглашают уже сложившиеся ансамбли известных исполнителей бродвейских мюзиклов, организуют гастроли азиатских и австралийских коллективов, отдают предпочтение местным китайским звездам в сопровождении ансамбля артистов-любителей и т. д.

Очевидно, что западный мюзикл постепенно нашел свое место на китайском рынке, обрел свою аудиторию. Что же касается китайского мюзикла, то его развитие происходит очень неровно. Так, масштабные по инвестиционным вложениям постановки «Полуночный дух» (Шанхайский хореографический художественный центр, 1996), «Экваториальный дождь» (оперно-балетная труппа Народно-освободительной армии Китая, 2003), «Китайский бабочка» (Чжэнчжоуский дворец искусств, 1999), «Веселый продавец» (Чжэньчианский художественный театр, 2002) исчезали со сцены после нескольких представлений. Однако были и более успешные спектакли. Так, премьера мюзикла «Цзиньша» (пекинский театр «Баоли», 2005) прошла с успехом более чем в десяти городах Китая. 5 и 6 ноября 2007 г. состоялся открытый показ этого мюзикла на IX Международном конкурсе искусств в Шанхае в Большом театре. С 2005 по 2012 гг. было показано 750 представлений «Цзиньша», его просмотрели более 450 тысяч зрителей, в том числе в Сингапуре и Гонконге [1]. Мюзикл «Бабочка», созданный в 2007 г. международной художественной креативной компанией «Сунлэй», на сегодняшний день насчитывает более 500 представлений на китайской сцене. А в 2010 г. компания «Сунлэй» подписала соглашение с компанией «American International Musical Corporation Ltd» о промоушене этого спектакля и о последующем его прокате в Европе и Америке в течение трех лет. По словам коммерческого директора компании «American International Musical Corporation Ltd» Т. Стимарка, «Мотылек» стал постановкой, максимально приблизившейся к «бродвейскому стилю» [4, с. 235].

Подобная неровность развития оригинального национального мюзикла обусловлена тем, что многие китайские продюсеры и продюсерские компании зачастую используют устаревшие методы менеджмента и экономические модели продвижения спектаклей. На протяжении долгого времени большетеатральные коллективы в Китае поддерживались правительством, поэтому основной целью создания мюзиклов со стороны «менеджеров от искусства» было участие в разнообразных театральных фестивалях и получение различных государственных наград. Например, в рамках «Государственного проекта поддержки образцовых театральных постановок» осуществлялось государственное спонсирование лучших спектаклей, их продвижение, организация гастролей по всей стране. На раннем этапе развития национального мюзикла это было очень важной формой его поддержки. И сегодня постановка мюзикла зависит в основном от правительственной поддержки, а также спонсорской помощи предприятий, в то время как большинство продюсерских компаний извлекают прибыль из разницы между спонсорскими инвестициями и собственно затратами на создание мюзикла, не заботясь о кассовых сборах. Кроме того, постановщики зачастую попадают в зависимость от «звездного эффекта» – забывая об исполнительском ансамбле приглашают на главные роли исключительно звезд, не могут предложить произведения, удовлетворяющие существующий зрительский спрос, благодаря чему спектакли не только не приносят экономической выгоды, но нередко оказывают отрицательное воздействие на развитие мюзикла. В то время, как «ключевым критерием при оценке успешности мюзикла является его прибыль, самый справедливый судья – это публика, самая беспристрастная сцена – это рынок» [5, с. 12].

Будучи синтетическим музыкально-театральным жанром, мюзикл выдвигает высокие требования к профессиональному уровню как артистов, так и продюсеров. Однако композиционный, драматургический, хореографический, исполнительский уровень оригинального Китайского мюзикла в сравнении с «классическим» значительно отстает и не соответствует рыночным требованиям. Кроме того, нехватка профессиональных кадров также является серьезным препятствием на пути развития отечественного мюзикла. На данный момент подготовка таких кадров в Китае сосредоточена в немногочисленных учреждениях образования, театральных институтах, консерваториях и хореографических училищах. Становится очевидной необходимость создания системы подготовки исполнителей мюзикла, затрагивающей начальное и среднее образование с целью формирования мощной базы для подготовки не только исполнителей, но и «потребителей» мюзикла – зрителей.

В Китае мюзикл развивается сравнительно успешно в таких городах, как Шанхай, Пекин, Гуанчжоу и др. Однако общее количество театров в стране невелико, относительно мало и самих произведений и представлений. Все это объективно сдерживает процесс коммерциализации китайского мюзикла в целом. Известные западные мюзиклы, исполняемые иностранными артистами, удерживают лидирующую позицию на китайском рынке

мюзиклов. С одной стороны, они расширяют кругозор китайской публики, порождают и поддерживают ее интерес к этому жанру. С другой стороны, высокая себестоимость таких постановок оставляет за дверями театров многих желающих. Кроме того, культурные и языковые барьеры препятствуют качеству и глубине восприятия оригинальных европейских и американских постановок китайскими зрителями.

Таким образом, основными причинами, обусловившими существующее положение отечественного мюзикла на рынке мюзиклов в Китае, являются: 1) отсутствие современных технологий и коммерческих форм менеджмента в сфере музыкально-театрального искусства; 2) недостаточное развитие инфраструктуры рынка мюзиклов, малое количество театров, способных осуществлять постановки этого жанра; 3) слабая конкурентоспособность китайского мюзикла; 4) невысокий уровень продюсирования и исполнительства оригинального китайского мюзикла; 5) нехватка профессиональных кадров.

---

1. Ли, Ин. Исследование коммерческого проекта мюзикла «Цзиньша» / Ин Ли // Сичжуанский университет. – 2007. – С. 92. (на кит. яз.).

2. Линь, Цян. Анализ текущего положения на китайском рынке мюзиклов / Цян Линь // Драматическая литература. – 2004. – № 5. – С. 20–21. – (на кит. яз.).

3. Му, Юй. Построение здоровой среды функционирования китайского мюзикла / Юй Му // Обзор искусства. – 2007. – № 9. – С. 13–16. – (на кит. яз.).

4. Фань, Фэнлун. Модели развития китайского мюзикла, соответствующие условиям рыночной экономики / Фэнлун Фань // Бизнес Китая. – 2008. – № 11. – С. 234–236. – (на кит. яз.).

5. Фу, Цзинь. Анализ китайского рынка мюзиклов на примере бродвейского мюзикла «Кошки» / Цзинь Фу // Обзор искусства. – 2003. – № 1. – С. 10–14. – (на кит. яз.).

6. Ян, Цзясюань. Текущие вопросы развития китайского рынка мюзиклов и пути их решения / Цзясюань Ян // MarketForum. – 2009. – № 4. – С. 63–64. – (на кит. яз.).