

Д.Ф.Н., ПРОФ. И.Г. ХАНГЕЛЬДИЕВА

КУЛЬТУРА И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В ЗЕРКАЛЕ РОССИЙСКОЙ ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТИ

*« У свободного рынка нет
идеологической задачи убить Моцарта»*

Э. Неизвестный

Предпринимательство в культуре, безусловно, является прикладной областью культурологических знаний. Эта область возникла на перекрестке, на первый взгляд, весьма отдаленных друг от друга сфер: культуры и экономики, культуры и бизнеса.

Предпринимательство в культуре — сфера, которая заявила о себе вновь в нашей стране совсем недавно в период либеральных реформ.

До принятия современных законов, поддерживающих рыночные механизмы в России, предпринимательство преследовалось вплоть до уголовной ответственности.

В условиях перехода к рынку, предпринимательство стало неотъемлемой частью современных жизненных реалий, так как невозможно какой-либо отдельной области жизнедеятельности общества существовать в оранжерейных условиях, вне частной собственности и свободной конкуренции. Но если в бизнес-среде предпринимательство признано и не вызывает отторжения (и мировоззренчески, и практически), поддерживается, то в сфере культуры к нему относятся насторожено и неоднозначно, что имеет под собой объективные причины.

Позиция, которая предлагается в данной работе читателю, заключается в том, что предпринимательство и рынок — две вещи совместные и при определенных подходах взаимовыгодные, а для культуры и искусства на современном этапе чрезвычайно необходимые.

Мнение, согласно которому предпринимательство вредит культуре и искусству — категорично, но в силу определенных обстоятельств у нас наиболее распространено.

Для плодотворной работы изначально важно определиться с ключевыми понятиями очерченной проблематики. К ним следует отнести:

- рынок,
- предпринимательство,
- бизнес,
- творчество,
- культура,
- искусство,
- партнерство

Общеизвестно, что рынок — любое взаимодействие, в которое вступают люди друг с другом для осуществления торговли (купли-продажи). Рынок — совокупность экономических отношений, сфера обмена товаров на деньги и денег на товар. Рынок — это место актуализации знаменитой марксовской формулы: $T - D - T$.

Рынок — социальный институт, механизм, в основе которого лежит принцип свободной конкуренции и который сводит вместе покупателей и продавцов.

Современные исследователи исторически выделяют два типа рынков — производителей и потребителей. Рынок производителей был первичным и характеризовал индустриальный период развития общества. Главной фигурой рынка был производитель.

В постиндустриальном обществе господствует рынок потребителей, так как общество потребления построено на избыточности предложений, избыточности выбора из продуктов примерно одного уровня качества, поэтому главную скрипку в процессе выбора призван играть не тот, кто производит, а тот, кто удовлетворяет свои потребности.

Рынок производителей — совокупность всех тех, кто производит товары и услуги.

Рынок потребителей — совокупность всех групп потребителей, которые приобретают различные товары и услуги.

Современный исследователь проблем рынка применительно к культуре и искусству канадец Ф. Колбер [1] определяет рынок следующим образом:

Рынок — группа потребителей, имеющая потребности в отношении тех или иных товаров и услуг и имеющие желание их приобрести. Потребители создают спрос на товары/ услуги.

Рынок принято делить на сегменты в соответствии с потребностями и желаниями потребителей. Компании определяют целевые аудитории, т.е. клиентуру. Совокупность потребителей составляет потребительский рынок, который в силу ряда причин не может быть однородным.

Рынок — явление универсальное и в глобальном смысле, и в отраслевом. Если говорить о культуре и искусстве, то это определенная профессиональная сфера деятельности по производству культурных и художественных продуктов и услуг. В условиях рынка ни одна область не может существовать автономно вне его влияния. Культура и искусство не является исключением из правил, но в различных областях рынок проявляется, как своими универсальными закономерностями, так и специфическими качествами. Изобразительное искусство, как и любое другое художественное творчество, не может избежать рыночных воздействий. Искусство — специфическая область человеческой деятельности с момента возникновения рынка существовало в его поле, за исключением социалистического периода, который существовал в XX веке в некоторых странах мира. СССР в этом смысле была страной фаворитом, лидером, которая определяла правила игры для своих последователей. Но в конце 80-х годов ситуация кардинально изменилась, в стране начались реформы и теперь уже Россия стала, как и все страны мира, вернулась на универсальный путь развития и в этом случае не могла миновать рынка.

Начнем с небольшого экскурса в современную российскую историю. Весной 1995 года на площадке Международного университета в Москве было решено провести научно-практический семинар по вопросам функционирования культуры в условиях рынка. По линии Британского Совета в России удалось привлечь двух известных специалистов в этой сфере, профессоров британских университетов:

- Герольда Линдстона (департамент драмы Голдсмитского колледжа Лондонского университета)
- Ноела Виттса (руководитель департамента изобразительных и исполнительских искусств университета в г. Лестере)

Семинар назывался «Бизнес-арт для профессионалов». Программа семинара включала следующие темы:

- Маркетинг в искусстве
- Подготовка специалистов и система образования
- Спонсорство в искусстве
- Пространственный дизайн и сервисные службы в художественных организациях и их роль в привлечении публики
- Проблемы культуры и национального самосознания. Вопросы менталитета в арт-менеджменте.

Каждой из заявленных тем отдавался полный рабочий день. Семинар специально не рекламировался, приглашения носили целевой характер. В итоге семинар собрал интересный кворум представителей московской художественной элиты, среди которых был Народный артист СССР Олег Табаков, директор-распорядитель Малого театра Лариса Викторовна Белоокая, директор выставочного объединения ЦДХ Владимир Ефимович Куропатов, заместитель директора по науке ЦНИ Культуры Министерства культуры России к. э. н. Елизавета Леонидовна Игнатъева и немногие другие.

Этот семинар стал своеобразным пробным шаром в осмыслении проблем, которые еще не были осознаны российскими деятелями культуры как первостепенные.

Англичане, надо отдать им должное, щедро делились с нами реальным опытом рыночных отношений в сфере культуры и искусства.

В 1995 году наши зарубежные эксперты отмечали, что искусство в их развитой стране еще не вошло в экономическую систему. Но абсолютно были уверены в том, что культура и искусство должны стать неотъемлемой частью экономики страны. По статистике уже тогда в Великобритании денег от искусства получали больше, чем от автомобильной промышленности.

Несмотря на то, что с точки зрения наших гостей искусство в Великобритании не стало активной составляющей экономики, они отмечали, что возраст профессионального арт-менеджмента в стране туманного Альбиона насчитывал около 20 лет.

Главная функция импресариата — освобождение художника от не свойственной ему деятельности. Но при этом особо подчеркивалось, что арт-менеджер — профессия престижная и творческая. Но их позиция по подготовке кадров была такова, что эту профессию могут получать люди с практическим опытом, когда они повторно и более осознанно приходят получать необходимые знания. У нас позиция была несколько иной. Мы надеялись, и сегодня это получило свое подтверждение, что при особой организации учебного процесса, возможно освоение профессии и после школьной скамьи.

Особую роль они отводили маркетингу, неслучайно семинар начался именно с этой наиболее актуальной с их точки зрения проблематики. Сегодня нам это понятно как азбучная истина.

Остановливаясь на особенностях и структуре финансирования искусства в Великобритании, они привели следующие интересные цифры, в частности, касающиеся финансового состояния государственных английских театров:

- Правительство Великобритании выделяло театрам от 40 до 60% финансовых средств их бюджета
- Продажа билетов давала театрам от 20 до 30% общего финансирования
- Муниципалитет (т.е. местные власти) инвестировал еще 8%
- Спонсоры и благотворители предоставляли порядка 5 % всего финансирования

Естественно, что в подобной ситуации важной функцией менеджмента является полная реализация билетов.

Политика театра в Великобритании, как правило, определяется Советом директоров, в который обязательно входят представители городских властей, и, на что очень важно обратить внимание, представители университета — наиболее влиятельного высшего учебного заведения города — кузнецы культурной и интеллектуальной элиты, а также ряд других важных и влиятельных структур бизнеса и культуры.

Реакция участников была противоречивой. Мнения поляризовались: от резкого неприятия до неподдельного интереса в получении достоверной информации из первых рук.

Водораздел прошел по вопросу о том, что искусство может трактоваться не только как эстетическая или художественная потребность духовного порядка, но и как товар, то есть чисто экономическая категория. Раздавались возгласы о том, что театр — это храм, а в храме нет места для купли-продажи, хотя билеты в этом храме всегда продавались. Отдельные участники семинара особенно ополчились на англичан при обсуждении вопросов, касающихся того, что театр должен изыскивать собственные пути дофинансирования за счет предложения своей публике ряда сопутствующих услуг (различных детских игровых комнат, образовательных программ, пунктов проката, торговых точек...).

Но были и здравые высказывания, что если весь мир развивается подобным образом, то и нам придется испытать из этой чаши. Неоднозначность суждений, отторжение некоторыми новой необычной информации заставило задуматься и прийти к выводу, что время, как независимый арбитр, покажет: кто — был прав, а кто — заблуждался.

Прошло около двух десятков лет и то, что на одном из первых семинаров в России, посвященном рыночной идеологии и рыночным технологиям в области искусства некоторым казалось совершенно несбыточным и далеким, сегодня стало реальностью. Идеи, которыми охотно делились английские профессора, стали чрезвычайно актуальными для всех, кто профессионально связан с этой областью деятельности или просто интересуется этими вопросами. Теперь только ленивый обыватель не говорит о важности полновесных рыночных реформ в сфере культуры [2].

Сегодня основная масса практиков понимает, что без выработанной государством культурной политики [3] и соответственно новой законодательной базы трудно развиваться этому сегменту рынка. Трудно ему развиваться и потому, что он не получил достаточного количества новых профессиональных кадров в области менеджмента, маркетинга, связей с общественностью, рекламы...

Несмотря на то, что культура — исключительно специфическая сфера человеческой деятельности, в организационно-управленческом отношении творческие структуры и коллективы в условиях рыночных отношений функционируют по законам не просто близким к бизнесу, а единым, независимо от того, что они производят. Разница лишь в том, что потребителю, например, в театре или концерте предлагается приобрести исполнительскую услугу, которая способна удовлетворить его художественные духовные запросы и потребности. И именно за удовлетворение этой самой потребности человек готов отдать деньги за билет.

Сегодня цены на билеты — это особая статья, предмет специального и очень серьезного разговора. Но весной 1995 года мало кому из участников семинара могло прийти в голову, что цена билета на концерт мировой знаменитости, каким принято считать в табели о рангах оперных звезд уровня Пласидо Доминго, весной 2004 года в Международном Доме музыки в Москве составит (по тем временам просто фантастические деньги) — от 5000 до 50000 рублей.

В определенной степени это символическое явление. Символическое потому, что концерт состоялся, и зал был заполнен. Это яркий пример того, как рыночные отношения проникли в область искусства и с этим сегодня надо считаться тем, кто является активными участниками художественного процесса и художественного рынка.

Всем участникам художественного рынка сегодня необходимо знать не только азбучные рыночные истины, но, что значительно важнее, быть во всеоружии. В условиях перехода к рынку предпринимательство становится неотъемлемой частью современных реалий. Традиционно считается, что бизнес представляет собой непосредственное предпринимательство, основанное на инициативе, стремлении к получению прибыли, его характеризуют высокие риски актуализации, реже отмечают, что бизнес-предпринимательство есть важная сфера самореализации и творчества. Что касается художественного творчества, то в отечественной традиции до последнего времени его не пытаются даже рассматривать в данной плоскости. Но такая позиция не правомерна.

В условиях перехода к рынку предпринимательство становится неотъемлемой частью современных реалий. Традиционно считается, что бизнес представляет собой непосредственное предпринимательство, основанное на инициативе, стремлении к получению прибыли, его характеризуют высокие риски актуализации, реже отмечают, что бизнес-предпринимательство есть важная сфера самореализации и творчества. Что касается художественного творчества, то его практически не пытаются даже рассматривать в данной плоскости. Но это не совсем правомерно.

Общеизвестно, что искусство трактуется культурологами, эстетиками, искусствоведами как часть духовной культуры, «вторая природа», мышление в образах, форма самореализации и самовыражения, игра, эстетическая ценность..., но практически никогда как форма предпринимательства. Удивительно, что такой нетрадиционный взгляд на искусство предложил не исследователь, а современный художник, наш соотечественник — И. Бродский. Поэт обнародовал эту идею в 1987 году в Стокгольме в своей знаменитой Нобелевской лекции. Дословно это звучит так: «Искусство — наиболее древняя» и «наиболее буквальная форма частного предпринимательства»[4]. Если вдуматься в этот тезис, то искусство, действительно, может трактоваться как форма частного предпринимательства. В данном контексте ему, как и предпринимательству в привычном смысле, присущи некие общие черты. Творческое предпринимательство в искусстве характеризуется инициативностью, так как именно художник инициирует творческий процесс. Каждый раз, начиная новое произведение, он не может быть уверен в творческой удаче. Художник, даже гениальный, творя, рискует создать произведение, не соответствующее критериям высокой художественной значимости, рискует быть непонятым и даже отвергнутым публикой, критикой, цеховым сообществом. «Искусство — это всегда своего рода капитализм, индивидуальное рискованное производство с целью извлечения прибавочной стоимости... кто такой автор по латинскому корню? Это — «приумножающий», иначе говоря, «сотворитель того, чего раньше не было» [5]. Сегодня подобная точка зрения перестает быть эксклюзивной и экзотичной.

Считается, что художник, создавая свои произведения, изначально прагматически не заинтересован. Главная его цель — максимальная самореализация и самовыражение. Есть и другой взгляд. Творчество профессионального художника должно быть вознаграждено не только признанием публики, но и «презренным металлом» за свою работу.

Вспомним А.С.Пушкина. В стихотворении «Разговор книгопродавца с поэтом» [6] автор описывает две позиции: торговца и поэта. Продавец книг первым обращается к поэту, он заинтересован в его успешной деятельности, так как он реализует в своей лавке стихи как овеществленное творчество поэта, получает как посредник свой процент, а если поэт станет известен и популярен, то процент его будет постоянно расти:

*„Стишки любимца муз и граций
Мы вмиг рублями заменим
И в пук наличных ассигнаций
Листочки ваши обратим...“*

Владелец книжной лавки выступает в нескольких ролях, он пытается уговорить поэта не просто заниматься творчеством, но не оставлять результаты своего труда только при себе, а получать от этого творчества доход. Естественно, что книготорговец будет делать это не бескорыстно. Но в его позиции и действиях есть некая социальная миссия — он выступает посредником между поэтом и публикой, которая “вкруг лавки бродит” и в данном случае выступает в облике „нетерпеливых чтецов“, „милых дам“, журналистов, „тощих певцов“, которые просят пищи для души, пера, сатиры,...

Поэт не сразу поддается уговором, он пытается отстоять свою независимость. Его удел — это самовыражение.

*„Поэт беспечный, я писал
Из вдохновенья, не из платы“.....*

Поэт не хочет обременять и отягощать себя обещаниями, он хочет писать так же, естественно, как дышать. На что уже в наше время указывал отечественный поэт Б.Окуджава. Но вернемся к А. С. Пушкину.

*„Тогда, в безмолвии трудов,
Делиться не был я готов
С толпою пламенным восторгом,
И музы сладостных даров*

Не унижал постыдным торгом“ (Выделено жирным курсивом — И. Х.)

Для Пушкина как поэта торг для творца не уместен и постыден, то есть аморален. Торг — это не его удел, поэт выше суеты для него важнее творческая свобода, поэтому он считает, что:

*„Блажен, кто молча был поэт
И, терном славы не увитый,
Презренной чернию забытый,
Без имени покинул свет!“*

Но у книгопродавца есть собственные аргументы, и он дает практические рекомендации поэту:

*„Прекрасно. Вот же вам совет;
Внемлите истине полезной:
Наш век — торгаш; в сей век железный
Без денег и свободы нет.
Что слава?— Яркая заплата
На ветхом рубище певца.
Нам нужно злата, злата, злата:
Копите злато до конца!
Предвижу ваше возраженье;
Но вас я знаю, господа:
Вам ваше дорого творенье,
Пока на пламени труда
Кипит, бурлит воображенье;
Оно застынет, и тогда
Постыло вам и сочиненье.
Позвольте просто вам сказать:
Не продается вдохновенье,
Но можно рукопись продать.“*

Последние две строчки, весьма часто цитируются вне поэтического контекста и приписываются напрямую самому поэту. Безусловно, стихотворение написано Пушкиным, который в нем инсценировала некий диалог с издателем и продавцом одновременно, сам выступая при этом попеременно в этих противоположных ликах. В уста коммерсанта от литературы поэт вкладывает важные слова:

„И признаюсь — от вашей лиры

Предвижу много я добра.“

В этом контексте „добро“ — это не только миссионерское устремление, в этом „много добра“ читается и материальная выгода. В результате поэт заключает этот разговор непозитической финальной фразой: „Вы совершенно правы. Вот вам моя рукопись. Условимся“:

Книгопродавец уговорил поэта. Они пришли к консенсусу. На чем он основан? На договоре.

Искусству для развития необходимы таланты, способные реализовать себя в творчестве, поклонники, стремящиеся оценить результаты их творчества, организаторы-практики, создающие условия для эффективной поддержки талантов и поклонников.

Для современной России характерно неоднозначное отношение к традиционным формам предпринимательства в различных социальных слоях. В бизнес-среде сегодня предпринимательство признано, не вызывает отторжения, поддерживается, считается престижным и мировоззренчески, и деятельностно. В иных социальных кругах бизнес-предпринимательство оценивают далеко не всегда положительно. В сфере культуры творцы, и публика к предпринимательству в классическом понимании относятся насторожено. У нас распространено представление: «Предпринимательство и культура — «две вещи несовместные как гений и злодейство», предпринимательству не место в Храме Искусства. В условиях рынка культура и искусство превращаются в бедную Золушку или того хуже в нищенку, просящую подаяния.

Данная позиция обусловлена рядом причин: старыми стереотипами мировоззренческого порядка, типом существующей культурной политики, стихийной коммерциализацией сферы культуры и искусства в условиях укоренения рыночных отношений, утратой традиционных механизмов, регулирующих жизнедеятельность искусства и культуры в условиях конкурентной среды, отсутствием профессиональных управленческих кадров в социокультурной сфере ...

Наряду с указанной позицией существует и альтернативная: «Предпринимательство, рынок и культура (искусство) — не являются взаимоисключающими и при определенных условиях и подходах могут носить характер взаимовыгодного партнерства».

Для нас, живущих в России периода реформ и перехода к рыночным отношениям это постепенно становится очевидным. Для некоторых представителей нашего Отечества в силу объективных и субъективных причин, эмигрировавших из СССР в значительно раньше случившихся преобразований это прозрение пришло значительно раньше. Среди наших соотечественников, блистательных представителей культуры и искусства третьей волны эмиграции всем известные и признанные имена: И. Бродский, Э. Неизвестный, М. Шемякин, С. Довлатов, Р. Нуреев, С. Ростропович. Уехав из СССР по разным причинам, они сменили не только культурный контекст бытия, но и социально-экономический. Рынок для них стал не эфемерной призрачной иллюзией, а реальностью. Они окунулись в него и ощутили его воздействие непосредственно на себе. Каждый из них в той или иной степени высказывался по данному вопросу.

Обратимся к опыту С. Довлатова, основавшего с друзьями в США газету „Новый Американец“: В книге, которая была опубликована уже после смерти писателя под названием «Речь без повода... или Колонка редактора» автор во многих главах описывает историю создания своего детища — газеты, которую они создавали с целью самовыражения и зарабатывания денег на жизнь. Достаточно быстро в условиях США «окончательно стало ясно, что наша газета — товар. Примирится с этой мыслью было трудно. Любимая, родная замечательная газета!... И вдруг — товар! Наподобие колбасы или селедки...» [7].

В условиях рыночных отношений перемещенные волею судеб творческие люди рано или поздно приходят к осознанию того, что «материальные плоды человеческого усилий неминуемо становятся объектом рыночной торговли (курсив — И. Х.)» [8]. Другими словами, духовное производства, в результате которого происходит опредмечивание идей и их вещественное закрепление в материальных носителях, которые превращаются в товар, а в последствии могут быть востребованы обществом, их различными целевыми аудиториями и присвоен различными целевыми аудиториями с помощью денег.

Выше упоминалось, что у предпринимательства и культуры есть общие атрибутивные качества: социальная природа, удовлетворение важных потребностей человека, инициативность, высокая степень рисков, стремление к самовыражению и самореализации... Наряду с общими моментами есть и важные различия.

Ключевым различием является стратегическое целеполагание в бизнес-предпринимательстве и культуре. Цели этих областей ориентированы на разные потребности и ценности. Бизнес-предпринимательство предпочитает утилитарные, прагматические, материальные ценности; культура и искусство — духовные (элитарные или/и массовые). Общее и особенное в этих областях — объективные предпосылки к их продуктивному взаимодействию.

Существование художника как социальной единицы зависит от возможности реализовать созданный им художественный продукт.

В первобытном обществе процесс художественного творчества носил коллективный, неперсонифицированный характер. На древних наскальных фресках палеолитического периода участники творческого процесса дабы подчеркнуть свою причастность к результату оставляли охровые отпечатки своих рук на периферийных участках изображения, что являлось символом группового авторства. Результаты этого художественно-магического творчества воспринимались всей общиной, прежде всего, не с эстетической, а с более утилитарной точки зрения, авторство здесь не имело особого значения, здесь имело значение социальное предназначение сотворенного. Во многом оно было сакрально и адресовано только собственной локальной группе, основанной на кровном родстве.

В условиях древнейших цивилизаций уже стали известны некоторые имена создателей художественных произведений. Современный культурный человек может быть осведомлен о архитекторах и скульпторах древневосточных цивилизаций. Но в большей степени авторство стало проявляться в античности. В Древней Греции ценили скульпторов, поэтов, архитекторов и музыкантов. В Древнем Риме поэтов, художников, музыкантов, певцов узнавали в лицо. Творцов ценили достаточно высоко, труд лучших имел соответствующее признание и вознаграждение, включая материальное. Но этот период продлился не долго, так как в Средние века художник опять стал анонимным. Он был проводником божественных идей. Как правило, главным его заказчиком становилась церковь.

Художники начинают удостаиваться всевозможных общественных признаний, должностей, почетных и денежных sinecur в эпоху Возрождения. Микеланджело, например, вознесен на такую высоту, что без боязни обидеть венценосных особ отказывается от предлагаемых ему высоких почестей. Ему вполне хватает прозвища «божественный». Он настаивает, чтобы в письмах к нему опускали титулы, а писали просто «Микеланджело Буонаротти» [9]. Заказы сыпались на Микеланджело как из рога изобилия от представителей Церкви, богатейших и родовитейших семейств, состоятельных частных лиц... Дела по купле продажи велись напрямую.

В XVIII-XIX вв. в силу объективных обстоятельств творец продолжал брать на себя функции посредника, говоря современным языком — промоутера, менеджера. Можно вспомнить ряд великих имен — Рембрандт, Гендель, Бах, Паганини, Лист. Они практически совмещали две эти сферы деятельности. Художник как в известной русской пословице одновременно был «и швец, и жнец, и на дуде игрец». Творя искусство, он его продвигал, популяризировал, а затем и реализовал, то есть получал за него материальное вознаграждение.

По мере развития профессионального художественного творчества, возникновения индустриального общества, рыночных механизмов происходит последовательное размежевание двух обозначенных областей деятельности: художественно-творческой и организационно-управленческой. Последняя закрепляется за специальными профессионалами-посредниками: менеджерами, продюсерами, импресарио, позднее агентами и промоутерами.

В XX в. в условиях общества потребления эти сферы максимально разводятся. В странах с развитой рыночной экономикой, каждая область имеет своих супер-профессионалов. Художественно-творческое и организационное предпринимательство в условиях конкурентной среды и свободного выбора становятся сиаемскими близнецами. В условиях свободной конкуренции они не способны уже существовать друг без друга.

Современной общемировой тенденцией является тенденция превращения сферы культуры и искусства в реальный сегмент экономики. Предпринимательство может содействовать этому процессу. Способы реализации этой тенденции: активное партнерство искусства и бизнеса, возникновение и развитие творческих индустрий (создание новых творческих продуктов представителями креативного класса на стыке искусства, эстетизированных форм деятельности и IT-технологий), возникновение форм организационного партнерства. Феномен творческих кластеров — частный случай реализации творческих индустрий. Ярким примером актуализации креативной экономики является современная Великобритания.

Опыт развитых стран показывает, что бизнес и культура способны плодотворно и эффективно взаимодействовать друг с другом. Классическое бизнес-предпринимательство может транслировать сфере культуры и искусства современные бизнес-технологии, а сфера культуры и искусства благотворно влиять на образ современного предпринимательства, возвышая его в общественном сознании.

Итак, искусство наряду с классическими определениями сегодня еще и особая форма существования товаров и услуг, а если мы это признаем, то искусство как часть культуры может, а в определенных случаях, просто должно быть связано с предпринимательством, а значит и рынок.

Остановимся на последнем. Позиции в отношении продуктивного взаимодействия искусства и предпринимательства, и в теории, и на практике в России оцениваются сегодня весьма не однозначно. Возможно, в этой неоднозначности есть здравый момент интриги. Именно он будет напоминать, что искусство по своей сути может быть различным. Оно может быть востребовано разными целевыми аудиториями, как элитарными и поэтому малочисленными, или наоборот массовыми и, соответственно, многочисленными. Безусловно, всегда хороша золотая середина, но в жизни это встречается редко. В сложных условиях перехода к рыночной экономике в России в художественной культуре наблюдаются тенденции с характерной симптоматикой.

В чем их суть? Важным сигналом проявления предпринимательства в искусстве стало появление элементов коммерциализации этой сферы. На искусстве стали пытаться зарабатывать деньги. Но у нас процессы коммерциализации искусства оценивались традиционно отрицательно, так как, к сожалению, носят болезненные формы. Считается, что создатели художественных произведений в этом случае ориентируются на усредненные запросы публики и подыгрывают ее неразвитому эстетическому вкусу, пренебрегая художественной стороной дела, пытаются максимально заработать. Безусловно, бывает и такое.

Но попытаемся разобраться, что мы понимаем под коммерцией? Коммерция — вид деятельности, построенный в основном на купле-продаже. Коммерция (лат. *commercium* — торговля; англ. — *trade, commerce*) — торговля, то есть всякий сбыт товаров в виде промысла, независимо от того произведены ли товары и услуги сбывающим лицом или приобретены у других лиц; коммерция — деятельность, направленная на получение и увеличение прежде всего торговой прибыли. Торговля, как правило, никогда и ничего не производит, она имеет дело с уже произведенным другими товаром. Торговля — это чистой воды сбыт. В одном месте купили, а в другом месте продали, продавая, получили свой заслуженный процент за осуществление посреднической деятельности. В широком смысле слова коммерция — предпринимательская деятельность. От слова коммерция есть производные родственные слова: коммерциализация и коммерсант. Первое имеет две наиболее широко используемые трактовки:

1) широкое применение коммерческих начал в экономике, расширение количества коммерческих организаций;

2) подчинение деятельности целям извлечения прибыли.

Коммерциализация — это процесс, в котором осуществляются стремления организаций или отдельных индивидуумов сделать свою деятельность наиболее эффективной с точки зрения прибыльности. Коммерсант (от франц. *commercant*) лицо, занимающееся частной торговлей, коммерцией, осуществляющее торговое предпринимательство. Коммерция, коммерциализация, коммерсант — понятия, без которых не возможно существования свободного рынка. Все они в той или иной степени приложимы к сфере культуры и искусства. В цивилизованном мире с вековыми традициями рынка этот момент не поддается сомнению. У нас обстоятельства складываются несколько иначе и применительно к культуре и искусству данные понятия наделяются некими негативными нюансами.

Об этом речь более подробно пойдет несколько ниже. Хотя профессиональное искусство, как мы уже условились — особый товар, и как товар должен иметь определенную цену. Другое дело, что эта цена может соответствовать рыночным реалиям или нет. В древней античности не все свободные граждане полиса могли позволить себе купить билет на театральные представления, но был механизм, когда государство доплачивало подобным гражданам или давала практически бесплатные билеты.

Даже при советской власти, идя в театр или кино, мы приобретали билет, который и давал право приобщиться к искусству. Другое дело, что цена билета была символической, а не рыночной. Поэтому не в любой театр можно было попасть по причине, скажем того, что билеты в ГАБТ, МХАТ/МХТ, «Таганку», «Современник» были в большом дефиците.

За годы проведения экономических реформ в России наблюдается бурное формирование различных сегментов художественного рынка: изобразительного искусства, театрального и филармонического, нарождающегося шоу-бизнеса, кино и телевизионной продукции...

Наиболее быстро и ярко на экономические свободы отреагировали представители изобразительного искусства. Именно на начальном этапе экономических преобразований как грибы после дождя стали появляться частные картинные галереи, художественные салоны, антикварные объединения, частные выставочные залы. Все эти формы возникли не вдруг и не случайно. Дело в том, что купля-продажа предметов изобразительного искусства, например, на уровне субъектов существовала и в СССР, но, как правило, она носила скрытый, теневой характер, так как главным заказчиком и покупателем было государство.[10] В тоже время существовали государственные художественные салоны-магазины, где можно было приобрести художественные ценности, другое дело какие. Но можно было, по особой рекомендации, прийти в мастерскую художника и приобрести по договоренности то или иное произведение искусства. Это было скрытой формой предпринимательства. Государство в этом случае не получало никаких отчислений в виде налогов и с правовой точки зрения — подобная сделка была нарушением закона. Нарушения не было бы, если бы художник передавал картину в дар. В начале реформ, когда были декларированы политический плюрализм, гласность и социальные свободы, возникли стихийные художественные ярмарки: Битцевский парк, Старый Арбат, Измайловский парк, позднее Крымский вал у ЦДХ.

Первые художественные ярмарки-вернисажи под открытым небом поражали изобилием новых имен, видовым, жанровым и стилистическим многообразием, пестротой предложений по уровню мастерства от изысканных работ до обычного китча. На подобных художественных торжищах можно было многое увидеть и облюбовать, но самое главное купить или заказать под будущее приобретение. Весьма часто художник в этом случае выступал не только в роли творца, но и продавца-реализатора, т.е. предпринимателя. Но пробил час, и эта необузданная стихия стала медленно, но верно приобретать более организованные формы новых арт-салонов и галерей. Хотя Измайловский парк и окрестности ЦДХ с их «ярмарками чудес» живут и сегодня.

Арт-галереи стали появляться в начале 90-х. В 1995г. только в Москве насчитывалось по неофициальным данным 113 частных арт-галерей. Наиболее полное представление о деятельности подобных структур давала Международная художественная ярмарка «АРТ-МИФ», проводимая в выставочном зале Манежа. Ярмарки в Манеже были примечательны тем, что они сочетали в себе принцип презентации и купли-продажи. Презентовались арт-галереи, и их кураторы, конкретные художественные произведения, и целые коллекции. Купля-продажа давала право любому желающему приобрести то, что выставлялось.

В те времена некоторые теоретики и практики искусства прибывали в эйфории. Казалось, что художники обрели не только свободу творчества, но и экономическую свободу с помощью галеристов или арт-дилеров. Но арт-рынок достаточно быстро всех отрезвил.

В результате постоянного повышения цен на аренду помещений и коммунальные услуги, отсутствия налоговых льгот часть картинных галерей, не выдержав испытаний, прекратило свое существование. И к 2000 г. в Москве осталось около 27 частных галерей, их количество сократилось более чем в 4 раза. Основной формой стали так называемые flat gallery, то есть галереи-квартиры. Кураторы подобные М. Гельману, А. Салаховой, уходя от колоссальных расходов на аренду и коммунальные услуги, таким образом минимизировали свои расходы. Те же, кто держал галерейный бизнес вне дома, арендовал площади в ЦДХ, реже имел специальные помещения на паях или шли под крыло властных структур и, другими словами, меняли свой правовой статус.

Есть и другие примеры: галерея-музей художника А. Шилова на Знаменке. Предприимчивый живописец предложил в дар Москве коллекцию собственных работ, а город решил вопрос об их размещении и содержании, это своего рода бартер.

На вопрос: останется ли в будущем основание для предпринимательства в этом сегменте художественного рынка? Следует ответить более чем утвердительно.

Сегодня существует очевидный спрос на художественный товар в области изобразительного искусства, как на оригинальный (антиквариат и современное искусство), так и на качественное репродуцирование. Понятно, что если спрос на художественный товар есть, то нужны и соответствующие организационные формы соединения творца и публики, нужен посредник. Другими словами, профессиональному художнику необходим галерист-профессионал, арт-дилер для реализации своих художественных произведений, превращения их в товар и обмен на деньги как средство существования.

Любителю искусства тоже важен арт-дилер. Именно к нему идет почитатель живописи, графики или декоративно-прикладного искусства, чтобы купить то или иное произведение и быть уверенным в том, что купил оригинал.

Арт-дилер — коммерсант от искусства. Он часто открывает новое имя, продвигает его на рынок, вкладывая свои средства, выпускает каталоги и буклеты, но его главная цель не филантропическая, хотя попутно он

формирует вкусовые предпочтения, его главная цель — бизнес. Как пишет Э. Неизвестный: «Искусство превращается в крупный бизнес... Звон долларов — не лучший аккомпанемент для бессмертных творений гения. Но, как видно, другого механизма развития искусства в свободном мире не существует».[11]

А что же в других сегментах художественного рынка, например, в театральном. Подтвердится эта тенденция или нет. Любовь к театру в российской культуре — любовь вечная и неизбывная. Это практически атрибутивное свойство нашего менталитета. Вопрос, — «Любите ли Вы театр всеми фибрами души вашей?» — Вопрос риторический. Касается ли он профессионалов или тех, кто ежевечерне заполняет залы самых разных театров.

Российский театр сегодня — это не только творческая мастерская для самовыражения и самореализации талантов, но культурное учреждение со своей инфраструктурой, финансовыми, экономическими и управленческими задачами.

В основном отечественный театр явление сугубо некоммерческое и затратное. Сегодня российский театр экономически переживает не лучший период жизни. Возможно ли, в нем соединение театрального в смысле художественного начала и предпринимательства?

Советский театр был более удачлив в экономическом отношении. Особых свобод не имел кроме метафор-намеков и контекста, но и не был столь уязвим экономически. Был стабилен, так как о нем заботилось государство и причем достаточно основательно. В этой основательности были, как известно, и плюсы и минусы. Плюсы, безусловно, экономико-финансового характера. Минусы — творческого: идеологический прессинг, запреты, ограничения творческих свобод. Вспомним хотя бы постоянные конфликты с властью таких театров как «Современник» или «Таганка». Сейчас все с точностью наоборот.

Еще в предреформенный период в театральном процессе намечались некие тенденции и механизмы преодоления этих минусов. В советское время тяга к театру была столь велика, что многие непрофессионалы, объединялись в самостоятельные художественные студии, и им иногда позволялось больше в смысле свободы творчества, чем профессионалам. «Наш дом» в МГУ, студия Спесивцева «На Красной Пресне», театр пантомимы Г. Мацквичуса при ДК им. Курчатова, студии «У Никитских ворот» М. Розовского, «На Юго-западе» С. Беляковича, «На досках» С. Кургина.

Пример студий стал заразителен и теперь уже профессионалы в стремлении обрести хотя бы частичную творческую свободу внутри театров стали организовывать малые сцены.

Многие советские театры имели тенденции к непомерному разрастанию трупп. В результате занятость актеров снижалась, интересных ролей было мало, а студии и малые сцены отличались совершенно иными творческими подходами. Эти обстоятельства в определенной мере предвосхитили и подготовили переход театров к рыночным отношениям через экономический эксперимент.

Государство не способное более содержать все театры на полном бюджетном обеспечении, отпустило их отчасти в свободное плавание, лишив их своей финансовой опеки. Новые условия жизни поставили перед театром по сути вопросы гамлетовского характера: быть или не быть? Самыми сложными вопросами для российского театра стали не художественно-творческие проблемы, не проблемы привлечения публики в зрительные залы, а вопросы экономического, точнее финансового характера: где взять денег на достойное существование труппы и не творческих подразделений.

Театральная реформа только частично смогла облегчить участь отечественных театров, так как театр с экономической точки зрения, как уже отмечалось, структура затратная. Приносить прибыль театр может, но только тогда, когда осуществляет коммерческие проекты, а самоокупаться — ведя предпринимательскую деятельность.

Театр, осваивая новые условия жизни, попытался найти выход в малобюджетных спектаклях, то есть менее затратных способах существования. Появились спектакли с минимальным количеством участников. Принцип минимизации стал приобретать качество «сквозного действия». Реанимированная антреприза заявила о себе и заняла более значимое место в театральном процессе. Появилась уникальная возможность освободиться актеру от крепостной повинности в отношении одного театра. Антрепризные театры, в которых не было постоянной труппы, создавали временные творческие коллективы на спектакль. Вспомним спектакль «Игроки XXI века» С. Юрского, творческие поиски Школы драматического искусства А. Васильева, отдельные спектакли в «Табакерке», Школу современной пьесы Э. Райхельгауза, опыты Л. Трушкина в театре им. Антона Чехова, Театр «А»- А. Демидовой и многих других.

Антреприза (от французского слова *entreprise* — предприятие) в переводе означает форма организации театрального дела, в котором частный предприниматель собирает актеров для участия в спектакле (в отличие от формы государственного репертуарного театра, с постоянной труппой). Антреприза, связана с инициацией не со стороны режиссера, актеров, а со стороны антрепренера, коммерсанта от искусства. Исторически антреприза — частная инициатива, реализуемая в частном театре с собственной площадкой или мигрирующей на условиях аренды. Сегодня произошло некоторое смешение и принципы антрепризного театра стали использоваться не только в частных театральных проектах, но и государственными репертуарными театрами, когда отдельные спектакли ставятся не только на актеров своей труппы, но и на приглашенных. Подобная тенденция связана, как правило, со стремлением руководства театра привлечь большее количество зрителей свои залы.

По логике вещей экономические сдвиги в сторону рыночной экономики должны были дать рост частных театров. Они, безусловно, возникли, но у нас в стране нет статистики, по которой можно было проследить динамику их развития, построить графическую кривую, хотя бы за последние годы. Но общую тенденцию уловить, безусловно, можно хотя бы по Москве. Она близка процессам, происходившим в рамках галерейного дела, что соответствует пословице: было густо, а теперь пусто.

В течение первого перестроечного десятилетия на ниве отечественного театра было создано не мало частных, со звонкими, абсолютно узнаваемыми именами. Среди них можно назвать театры Р. Виктюка, Л. Трушкина, А. Калягина и много других, не только в столице, но и в регионах. Частные театры, что характерно, создавали не люди бизнеса, как было в дореволюционной России (Зимин, Мамонтов, Морозов, Алексеев), а творцы — режиссеры, актеры, композиторы, мало представляющие себе, что такое предпринимательство, коммерция.

Этот момент затруднял деятельность частных театров. Есть объективные причины, осложняющие функционирование частных театров: несовершенство законодательной базы, в частности, связанной с налогообложением. Поэтому абсолютное большинство частных театров, как и галерей, вынуждены были изменить свою форму правовой организации, которая изначально могла быть ПТО, АО, ООО и т.д., основываясь на негосударственной собственности. К 1995 г. в Москве было около 50 антрепризных, вернее частных театров. Назовем только часть из них:

1. Театр «А» (ТОО) — художественный руководитель Алла Демидова.
2. «Театр Виктюка» (АОЗТ).
3. Офкей театр (частный театр) — художественный руководитель Ольга Шведова.
4. Театр «Октаэдр» Гедрюса Мацкявичуса (частный театр).
5. Театр Алексея Рыбникова (частный театр).
6. Театр Антона Чехова (частная антреприза) — художественный руководитель Леонид Трушкин.
7. Концертно-цирковой театр (ТОО) — художественный руководитель Юрий Куклачев.
8. «Театр Луны» (частное предприятие) — художественный руководитель Сергей Проханов.

В этом списке присутствуют театры различного правового статуса с точки зрения формы организации. К середине 90-х они сами определяли себя подобным образом, значит и учредительные документы были соответствующие. Все вышеуказанные формы правовой организации квалифицируются в Гражданском кодексе РФ как организации коммерческие по цели хозяйствования, представляющие собой по форме хозяйственные товарищества: полные товарищества, товарищества на вере; хозяйственные общества: акционерные общества (открытые акционерные общества, закрытые акционерные общества), общества с ограниченной ответственностью, общества с дополнительной ответственностью; производственные кооперативы (артели), государственные и муниципальные унитарные предприятия (основанные на праве хозяйственного ведения, основанные на праве оперативного управления), преследуют получение прибыли в качестве основной цели своей деятельности [12] и, исходя из этого, обладают определенными достоинствами.

Коммерческие организации могут быть основаны и на частной, государственной и смешанной форм собственности. Но главный критерий — получение прибыли. Если театр классифицирует себя как коммерческую

организацию de jure, то и de facto он должен жить по соответствующим законам, то есть получить прибыль от своей деятельности и платить налоги.

Именно этот фактор определяет сильные и слабые стороны коммерческих организаций в области культуры и искусства. К первым следует отнести: творческую и организационную самостоятельность, высокую заработную плату сотрудников, ко вторым — нестабильность и высокую степень риска, зависимость от потребителя (публики).

В результате этих обстоятельств многие частные театры в своих учредительных документах изменили свой юридический статус, превратившись в некоммерческие организации или прекратили свое существование вообще.

Обратимся к ряду конкретных примеров. Первым в нашем списке стоит театр «А» Аллы Демидовой — актрисы-легенды «Таганки». На вопрос: «Как возник ее театр? Она отвечает очень просто — От необходимости. В свое время Р. Виктюк поставил на сцене «Таганки» «Федру», а Любимову это не понравилось — спектакль явно выбивался из репертуара (мотив творческий — И.Х.). Я в ы к у п и л а (мотив предпринимательский — И.Х.) «Федру» у «Таганки», и мы стали выезжать на гастроли под шапкой театра «А». Когда появился новый спектакль «Квартет», в Москве мы стали играть на малой сцене «Таганки», арендуя ее, платили 20% от сбора. Поначалу я могла расплачиваться со своим партнером Димой Певцовым, и с осветителями, и с радистом. Но потом начались проблемы с деньгами. А так как я просить займы не хотела, пришлось возить спектакли по другим городам и странам».[13]

В настоящее время в информационных службах города театр «А» не значится. С ним нельзя связаться и получить интересующие нас сведения.

Изменил свой статус «Театр Виктюка», но название не изменил. Театр стал театром московского подчинения. Такие же превращения произошли и с театром «Луны» С. Проханова.

Остался верен своему статусу театр Антона Чехова под руководством Леонида Трушкина. Этот театр представляет собой частную антрепризу. Но в документах квалифицируется как некоммерческая организация.

Основная тенденция такова, что даже частные театры позиционируют себя на рынке как некоммерческие [14], то есть такие, которые не могут в соответствии с законодательством заниматься в полную меру предпринимательством.

Особенность некоммерческих организаций в культуре и в искусстве заключается в том, что их главная цель не получение прибыли, а выполнение социально-культурной миссии. Миссионерство, как известно, дело не прибыльное, затратное, но часто идейно-благородное. Такие театры есть и во всем мире. В США их называют Бродвей офф, то есть театры вне Бродвея, или некоммерческие.

В России некоммерческий статус дает театру стабильность, но доход при этом не высок. Следует помнить, что большинство наших театров — учреждения государственные и муниципальные. Именно «учреждения», а не «предприятия», хотя, как отмечают специалисты, в провинции это не так даже сегодня.[15]

Но остановимся все-таки на театрах Москвы. Театры государственные, муниципальные и частные, являясь некоммерческими по целям хозяйствования, все-таки имеют право заниматься предпринимательской деятельностью в рамках Положения о театре РФ (№329 от 25 января 1999г.).

Главная социальная функция театров — удовлетворение художественно-эстетических потребностей публики. Удовлетворение этих потребностей, прежде всего, связано с созданием и показом спектаклей, организацией гастролей, а также, осуществлением других художественно-творческих услуг близких к указанным, соответствующих запросам публики и основным направлениям деятельности театра.

Конечно, для реализации своих основных целей в более предпочтительном положении оказываются государственные и муниципальные учреждения культуры и искусства. У них есть минимальное финансирование и, как правило, свое помещение, хотя сегодня это тоже не факт [16]. Частным театрам уже в этом случае приходится тяжелее. В результате многие из них стремятся изменить свой статус в пользу государственного или муниципального, чтобы облегчить бремя тех затрат, которые им приходится нести.

В журнале «Станиславский», учрежденном редакцией «Независимой газеты» есть рубрика под названием «Частные театры», в ней можно найти интересующий нас материал относительно современного состояния подобных театров. В частности, на 2009 г. в Москве существует ряд театров, которые сохранились с конца 80-х гг. и возникли к середине 90-х и несколько позднее.

Можно привести список, который составлен, опираясь на информацию упомянутого журнала:

- Театр Антона Чехова
- Комический театр «Квартет И»
- Другой театр
- Театр-студия «Латинский квартал»
- Независимый театральный проект
- Продюсерская компания А. Воропаева
- Театральное агентство «Арт-партнер XXI»
- Театральный дом «Миллениум»
- VIP- театр
- Продюсерский центр «Оазис»
- Продюсерский центр «РуссАрт»
- Продюсерский центр «Театральное товарищество»
- Проект «Театральный марафон»
- Театральная компания Татьяны Лесневской
- Студия театрального искусства п/р С. Женовача
- Театр «КомедиантЪ»
- Театр-студия «Ангажемент» (театр одного спектакля «Арт»)
- Театральная компания «Арт-салон»
- Творческое объединение «Дуэт» (компания Л. М. Гурченко)
- Театральная компания Е. Миронова

Перечисленные субъекты театральной деятельности не исчерпывают полный список московских частных театров и компаний. Эти субъекты не всегда являются театром в полном смысле этого слова. Часть из них представляют собой продюсерские агентства, о чем заявляют в своих названиях. Нейминг, как известно, уже определяет и статус, и направления деятельности, и миссию, и цели, и задачи. Название говорит о многом. Но наряду с многообразными продюсерскими центрами, агентствами на московском театральном рынке возникли и закрепились ряд театров, которые не связаны с государственной поддержкой, а в своей деятельности рассчитывают на собственные силы. Дадим краткую характеристику негосударственному театральному ландшафту Москвы.

Одним из старожилых театрального пейзажа современной Москвы является Театр Антона Чехова. Театр основан в 1989 году и соответственно в 2009 будет отмечать свое 20-летие. Срок для негосударственного, частного театра вполне солидный. Принято считать, что Театр Антона Чехова — первый частный театр в Москве, его бессменным художественным руководителем является Леонид Трушкин, его часто называют основоположником современной отечественной антрепризы. По сути его театр был первой частной антрепризой в постреформенной России, открывшийся после декрета 1919-го года о национализации театров. Как совершенно справедливо отмечается на сайте театра «был создан прецедент организации театра на принципах рыночных отношений, на внебюджетные деньги. Все эти годы театр работал и работает без привлечения государственных дотаций». (См. www.chekhov.ru)

Театр Антона Чехова не имеет постоянной труппы, но в каждом спектакле заняты известные мастера сцены: А. Ширвиндт, М. Державин, В. Меньшов, В. Алентова, Ч. Хаматова, О. Волкова, О. Басилашвили, Г. Хазанов, Т. Догилева, А. Варум и др.

В среднем театр играет около 100 спектаклей в сезон, на арендуемых им сценах и площадках. Последнее время такой площадкой стал театр эстрады. Известно, что театр Антона Чехова гастролирует, как по России, так в ближнем и дальнем зарубежье.

Не столь продолжительна биография Комического театра «Квартет И», который был создан в 1993 году группой выпускников эстрадного факультета ГИТИСа (актеры Леонид Барац, Александр Демидов, Камилл Ларин, Ростислав Хаит и режиссер Сергей Петрейков). У «Квартета» репутация одного из самых веселых

московских театров. В октябре 1993 год Комический театр «Квартет И» открывает свой первый сезон на сцене театра «ГИТИС» (Большой Гнездниковский пер. 10). В репертуаре театра — единственный спектакль — «Это только штампы». Сегодня в репертуаре театра известные спектакли: «Быстрее, чем кролики», «Разговоры мужчин среднего возраста о женщинах, кино и алюминиевых вилках», «День Радио», «День Выборов». Театр существует практически как коммерческий проект. Театр не имеет собственного помещения и арендует площадку в ДК им. Зуева на ул. Лесной.

Другой театр — это «дочерний» проект «Квартета И», который перенес опыт успешного функционирования собственного театра на театр, в котором будут заняты молодые: режиссеры, актеры, драматурги.

В 2005 году проект «Другой Театр» начался спектаклем «Проявления Любви» по пьесе К. Драгунской в постановке О. Субботиной.

Сегодня репертуар театра:

- «Орнитология»
- «Вторая музыка»
- «Проявления Любви»
- «Розенкранц и Гильденстерн мертвы»
- «Штирлиц идет по коридору. — По какому коридору? — По нашему коридору...»
- «Про баб»
- «Вторая музыка»

Ситуация с площадкой идентична с обстоятельствами деятельности театра учредителя.

Эти два родственника театра представляют собой некий гибрид репертуарного и антрепризного театра. Такой симбиоз обусловлен тем, что часть спектаклей осуществляется актерами постоянной труппы, а часть основаны по принципу антрепризы.

Студия театрального искусства — один из немногих современных театров, который можно назвать режиссерским театром. Об этой позиции следует сказать особо. В современном частном театре главными стали актеры, узнаваемые, популярные, медийные. Поэтому в определенной степени они утратили сильную режиссерскую составляющую, которая была характерна практически всей истории отечественного театра, начиная с образования МХТ под руководством К. Станиславского и В. Немировича-Данченко, вслед за которыми мировая театральная общественность узнала имена В. Мейерхольда, Е. Вахтангова, А. Таирова, С. Михоэлса и ряд блистательных режиссеров советского периода. Сегодня можно сказать, что статус режиссера в определенной степени незаслуженно понизился. Н. Бердяев в начале XX века писал: «Эпохи бывают бездарные, бедные гениями по собственной вине, это грех людей, а не слепая случайность, обделившая данное время свыше». Невостребованность режиссерского гения видимо определены временем.

Одной из причин подобного явления стала минимизация расходов на спектакли. Думается, что это некая болезнь роста. Знакомство с антрепризными спектаклями частного характера дает основание говорить, что известных режиссеров в них крайне мало. Есть ряд режиссеров, которые в основном специализируются на частной антрепризе. Имена их известны и специально не будем на этом останавливаться.

Вернемся к Студии театрального искусства — его создатель Сергей Женовач, режиссер который зарекомендовал себя как незаурядный, талантливый человек и педагог. Именно он объединил идеей создания нового театра свой выпускной курс ГИТИСа /РАТИ в апреле 2005 года после фестиваля дипломных работ — «Шесть спектаклей в ожидании театра». Название фестиваля оказалось символическим. Летом 2005 года возникла «Студия театрального искусства», а осенью «Студия театрального искусства» открыла свой первый сезон.

В декабре 2005 года Сергей Женовач был удостоен Премии Станиславского «за возрождение духа студии», а весной спектакль «Мальчики» был выдвинут на премию «Золотая Маска» в двух номинациях — «лучшая работа режиссера» и «лучший спектакль малой формы». Весной 2007 года спектакль «Захудалый род» был награжден 3 премиями фестиваля «Золотая Маска» (лучший спектакль малой формы, лучшая работа режиссера, спецприз жюри исполнительнице роли княгини Протозановой Марии Шашловой).

Весной 2008 года «Студия театрального искусства» отметила новоселье в здании на улице Станиславского. Это практически единственный пример частного театра (считаем его таковым, так как не найдено указаний на его принадлежность ни к государственным, ни к муниципальным структурам), который имеет свою стационарную площадку. Театр С. Женовача по роду деятельности ближе к некоммерческому театру, у которого есть своя эстетическая и художественно-творческая платформа.

Театр-студия «Латинский квартал» «вырос» из небольшой самодеятельной театральной студии «Этюд», существовавшей при Российском Университете Дружбы Народов, под руководством Н. С. Голубкиной. Пытается стать на ноги как репертуарный театр, в надежде иметь свою площадку.

Обратимся к театральным агентствам, которые, как правило, преследуют в своей деятельности коммерческие цели наряду с выполнением социальных задач.

Театральное агентство «Арт-партнер XXI» — Международное театральное агентство «АРТ-ПАРТНЕР XXI» создано выпускником режиссерского факультета ГИТИСа Леонидом Роберманом в 1995 году. Агентство иницирует создание спектаклей, прокатывает их и осуществляет разнообразную гастрольную деятельность. В портфеле агенства более 20 театральных драматических и музыкальных постановок. Как подчеркивается на сайте агенства «одно из основных направлений деятельности агентства — организация и проведение фестивалей и гастролей лучших творческих коллективов страны, представляющих искусство современной России во всем его жанровом разнообразии. Также особенно важным и необходимым в современных условиях для агентства является постоянное участие в благотворительных и целевых государственных программах. Так, только за два последних года агентством были организованы и проведены восемь различных театральных, кинематографических, цирковых фестивалей для детей инвалидов и сирот, а также семей беженцев и переселенцев. Активная профессиональная деятельность агентства в этом важном деле была неоднократно удостоена почетных грамот Правительства и Министерства культуры России» (См. www.artpartner.ru) Другими словами можно сказать, что агентство в своей деятельности сочетает коммерческую и некоммерческую деятельность. Вопрос насколько это успешно удастся можно судить только по финансовым документам, которые являются коммерческой тайной.

Театральный дом «Миллениум» — Театральный дом Миллениум изначально в своей деятельности акцентировал социальную направленность с акцентом на региональную составляющую, осуществление которой планировал реализовать с помощью партнерства с именитыми российскими актерами. Отчисления прибыли от проката предназначены для детей страдающих заболеванием крови, а также для медицинских центров в регионах России, у которых отсутствуют денежные средства для закупок лекарственных препаратов и для приобретения медицинских инструментов.

Продюсерский центр «Оазис» — данный продюсерский центр коммерчески ориентированное агентство. Оно имеет одну весьма отличительную особенность, его создание инициировал человек не театральной среды — Могинов А. Р. Примечательно, что нынешний генеральный продюсер центра, одновременно является и генеральным директором ОАО «Типография «Детская книга». Выпускник Московского Университета печати, он прошел лестницу карьерного роста от начальника отдела маркетинга и рекламы издательства «Ниола Пресс», директора по маркетингу книготорговой компании «Книжный клуб — 36,6», до гендиректора типографии «Детская книга», защитил диссертацию и стал кандидатом экономических наук (2002). Генеральный продюсер «Оазиса» человек бизнеса, а не искусства, хотя издание литературы имеет, безусловно, выход на художественные произведения. Можно сказать, что в России зарождается некая тенденция, когда в искусство стали приходить люди бизнеса, что в определенной степени не является отрицательным симптомом. Бесспорно, в подобной ситуации обстоятельства могут развиваться для искусства не только в положительную сторону. Но есть и другой аспект, когда в сфере искусства могут быть профессионально применены инструменты современного менеджмента, маркетинга и продвижения, но в этом случае важно, чтобы продукт, который будет позиционироваться и продвигаться на рынок соответствовал критериям художественности.

Не станем останавливаться на характеристике остальных агентств, приведенных в списке, а сведем интересующую нас информацию в таблицу, которая достаточно красноречиво может свидетельствовать о развитии частных театров в Москве на 2009 г.

№	Наименование театра	Статус	Площадка	Труппа	Место	Цена билетов на 2008/09 в руб.
1.	Театр Антона Чехова	Частная антреприза	Аренда	Не постоянная, Известные актеры Ст.Петербурга и Москвы	Мигрирующее (Театр Эстрады, на Берсеневской набережной)	300-3000
2.	Комический театр «Квартет И»	Частный репертуарный театр	Аренда	Постоянная + известные приглашенные актеры	Лесная, 18 ДК им. Зуева	500-7000
3.	Другой театр	Частный репертуарный театр	Аренда	Постоянная (молодые актеры) + приглашенные актеры	Лесная, 18; ДК им. Зуева	500-2000
4.	Студия театрального искусства п/р С. Женовача	Частный репертуарный театр	Аренда	Постоянная	Ул. Станиславского, дом 21, стр. 7	
5.	Независимый театральный проект	Частная антреприза	Аренда	Не постоянная, известные приглашенные актеры	Мигрирующее (Сатрикон, Моссовета....)	400-3000
6.	Театр-студия «Латинский квартал»	Частный репертуарный театр	Аренда	Постоянная	Вернадского, 13	100-250
7.	Театр «Комедиантъ»	Репертуарный, некоммерческий театр при благотвор. Фонде «Фарватер»	Аренда	Собственная, постоянная труппа	Музей-квартира Михаила Булгакова («Нехорошая квартира», «Квартира №50»).	200-250
8.	Театр-студия «Ангажемент» (театр одного спектакля «Art»)	Частная антреприза	Аренда	Не постоянная	Мигрирующее	150-1200
9.	Продюсерская компания А. Воропаева	Частная антреприза	Аренда	Не постоянная.	Мигрирующее	100-1500
10.	Театральное Агентство «Арт-партнер XXI»	Частная антреприза	Аренда	Не постоянная.	Мигрирующее	250-1200
11.	Театральный дом «Миллениум»	Частная антреприза	Аренда	Не постоянная.	Мигрирующее	500-2000

12.	VIP- театр	Частная антреприза	Аренда	Не постоян.	Мигрирующее	400-1500
13.	Продюсерский центр «Оазис»	Частная антреприза	Аренда	Не постоян.	Мигрирующее	300-800
14.	Продюсерский центр «РуссАрт»	Частная антреприза	Аренда	Не постоян.	Мигрирующее	150-1500
15.	Продюсерский центр «Театральное товарищество»	Частная антреприза	Аренда	Не постоян.	Мигрирующее	200-500
16.	Проект «Театральный марафон»	Частная антреприза	Аренда	Не постоян.	Мигрирующее	200-1000
17.	Театральная компания Татьяны Лесневской «T-atre»	Частная антреприза	Аренда	Не постоян.	Мигрирующее	200-250
18.	Театральная Компания «Арт-салон»	Частная антреприза	Аренда	Не постоян.	Лесная, 18 ДК им. Зуева	100-1200
19.	Творческое объединение «Дуэт» (Л. Гурченко)	Частная антреприза	Аренда	Не постоян.	Мигрирующее	200-1500
20.	Театральная компания Е. Миронова	Частная антреприза	Аренда	Не постоян.	Мигрирующее	1500-3300

Какой можно сделать вывод? Частный театральный сегмент по сравнению со серединой 90-х годов не минимизировался, а значительно оживился. На рынке драматического искусства Москвы наряду с известными репертуарными театрами много частных антрепризных спектаклей, известные актеры задействованы в разнообразном репертуаре от классики до современной драматургии. Основная масса агентств работает с узнаваемыми лицами и делает ставку именно на тех актеров, которых публика знает и любит. Ряд актеров сотрудничает с частной антрепризой, говоря образным языком, вторым эшелонем (по совместительству), так как оставляет за собой основное место работы, как правило, в государственных театрах. Есть и актеры, которые приняли кардинальное решение и работают только по контрактам. Весьма часто, отдавая предпочтение именно антрепризным спектаклям. Основные споры вокруг антрепризных спектаклей ведутся, прежде всего, по вопросу об их художественном качестве, что зачастую имеет под собой объективные основания. Острота дискуссий соответствует остроте проблем. Но подобная ситуация не должна ставить под сомнение важность такой организационной формы театрального дела как антреприза. Выдающийся отечественный режиссер и бессменный художественный руководитель всемирно известного Большого драматического театра — Г. А. Товстоногов за годы до экономических реформ в нашей стране в одной из бесед с актером своего театра О. Басилашвили сказал, что „ будущее театра за антрепризой, может быть за отвратительной антрепризой“. Режиссер считал, что репертуарный театр должен пройти через очищение антрепризой, чтобы в будущем создать совершенно новую формы театрального дела. Вероятно, в настоящее время пророческие мысли Г. Товстоногова сбываются и антреприза отечественному театру нужна как лекарство.

Известный российский продюсер — Д. Смелянский считает, что современный театр дрейфует от станции «театр-дом» к станции «театр-купы», то есть от стационарного театра к антрепризному. Основное большинство представителей директората репертуарного театра еще не готово к новому экономическому мышлению.

Если смотреть на репертуарный театр глазами антрепренеров, то их мнение близко к высказанному продюсером «Независимого театрального проекта» Э. Мамедовым: «У репертуарного театра много проблем из-за попытки сохранить труппы, которые мне кажутся бессмысленными. Руководители никак не хотят смириться с мыслью, что нужно принципиально менять что-то внутри гостеатра. Кино в этом смысле оказалось более подготовленным к «капитализму» (См. *Интервью журналу Станиславский* — №10, 2008, с. 45).

У представителей антрепризного театра возникают свои проблемы. В частности Л. Роберман, основатель Театрального агентства «Арт-партнер XXI», считает, что современная антреприза исчерпала свои возможности и зашла в тупик: мельчает режиссура, драматургия, актерская игра. У современной антрепризы нет новых идей. (См. *Интервью журналу Станиславский* — №10, 2008, с. 49). Видимо, антреприза со временем несколько трансформируется и у театральных продюсеров появятся средства для того, чтобы приглашать не только именитых актеров, но и не менее именитых режиссеров, а самое главное появятся новые идеи.

Если говорить о ценовой политике, то в среднем цены весьма умеренные от 100 рублей минимум до 7000 руб. максимум. Безусловно, бывают спектакли и с более высокими ценами, доходящими и до 30000 руб. Это эксклюзивные гастрольные спектакли, ввозимые в Москву из Европы, при участии известных режиссеров и актеров.

Частным театрам, которые сконструированы по модели репертуарного театра со стационарной площадкой приходится тяжелее. В результате многие из них стремятся изменить свой статус в пользу государственного или муниципального, чтобы облегчить бремя тех затрат, которые им приходится нести. Но это не означает, что практика независимых театров в России канула в лету. Одни частные театры уходят со сцены или изменяют свой статус другие наоборот появляются и делом доказывают свою жизнеспособность в условиях конкурентной борьбы свободного рынка.

Итак, понятно, что некоммерческий статус театра, несмотря на то, каким он являлся по форме собственности, определяет степень его свободы в области предпринимательства.

Предпринимательство в театре может быть связано как с основными, так и с дополнительными видами деятельности

Опираясь уже на указанное положение о театре, перечислим то, что принято относить к первым и ко вторым.

К первым относятся:

- проведение творческих вечеров, фестивалей и конкурсов, реализация билетов на указанные мероприятия;
- подготовка спектаклей, концертов, представлений по договорам с другими юридическими и физическими лицами для показа на их собственных или арендованных сценических площадках, по телевидению, для трансляции по радио, для съемок на кино-, видео- и иные материальные носители;
- организация других мероприятий художественно-творческого характера, проводимых собственными силами или силами приглашенных коллективов, приглашенными исполнителями;
- проведение стажировок ведущими мастерами и деятелями театра;
- предоставление другим организациям по договорам с ними постановочных услуг, сценических постановочных средств для проведения спектаклей и концертов;
- изготовление по заказам и договорам с другими юридическими или физическими лицами предметов художественного оформления совместных спектаклей, концертов, представлений;
- предоставление сцен-площадок для проведения гастрольных и выездных мероприятий других театров, для осуществления совместных проектов и программ в соответствии с заключенными договорами;
- подготовка, тиражирование и реализация информационно-справочных изданий, копий видеоматериалов и фонограмм, связанных с художественно-творческой деятельностью театра;
- прокат и реализация костюмов, обуви, оборудования, реквизита, бутафории, гримерных, постижерных и иных принадлежностей;
- реализация сопутствующих услуг, предоставляемых зрителям театра.

Ко вторым:

- реализация и сдача в аренду основных фондов и имущества театра (за исключением имущества, закрепленного за ним на праве оперативного управления, и имущества, приобретенного за счет средств, выделенных ему по смете) для целей, не связанных с культурной деятельностью;

- оказание посреднических услуг;
- долевое участие в деятельности коммерческих организаций;
- приобретение акций, облигаций и иных ценных бумаг и получение доходов (дивидендов, процентов) по ним;
- осуществление приносящей доход не предусмотренной уставом деятельности (работ, услуг), соответствующей целям создания театра.

Театру необходимо иметь возможность заниматься предпринимательской деятельностью, поскольку это практически единственная стабильная форма наполнения театрального бюджета. Легко ли это осуществить? Думается, что нет. Но в некоторых театрах попытки такие делаются. Задумаемся, насколько эффективно используются данные возможности? Ответ не отрицательный, но и не положительный. Российский театр не приучен заниматься предпринимательством, дореволюционные традиции реанимируются медленно. Но отдельные положительные примеры все-таки есть. Некоторые государственные и муниципальные театры самостоятельно зарабатывают сегодня до 20% совокупного бюджета. Мало это или много? Разумеется, мало. Приведем пример из другой социальной сферы. Отдельные вузы, получившие возможность заниматься в рамках некоммерческого статуса предпринимательством зарабатывают в отдельных случаях несколько (от одного до трех) государственных бюджетов своими силами и ставят цель зарабатывать еще больше.

Но вернемся к театру. Разве такая позиция чужда театру? Желание иметь полноценный бюджет есть у каждого театра. Но если проанализировать насколько театры используют представленные им возможности предпринимательства, то результат будет отнюдь не в пользу театров, хотя получить достоверную информацию весьма трудно. Информацию эту театры из-за определенных и понятных причин блокируют. Но есть и другой момент, часть театров не знают, каким образом эту возможность реализовать. Жизнеспособность театра и творческая, и экономическая зависит от конкретных людей, и сегодня, как это не парадоксально звучит, в большей мере зависит не от творцов, а от менеджеров, крепких и профессиональных.

Интересен и симптоматичен тот факт, что на должность директора МХАТ им. Чехова в начале реформ была приглашена М. Ревякина, директор новосибирского театра «Глобус» — бывшего театра юного зрителя, существующего с 1930 года и получившего новое дыхание в период театрального реформирования. В настоящее время М. Ревякина — генеральный директор театрального фестиваля «Золотая маска». Сибирский театр «Глобус» был ее стартовой профессиональной площадкой. Новосибирский театр «Глобус», как отмечали совершенно справедливо в период работы Ревякиной — «это профессиональная труппа, работа с лучшими режиссерами страны; театральная афиша, включающая 26 спектаклей, поставленных по произведениям авторов от Шекспира до наших дней; студия пластики и детская вокальная студия; внебюджетный курс Российской Академии театрального искусства; прекрасное здание с двумя зрительными залами на 500 и на 100 мест; театральная студия звукозаписи и видеостудия; типография и Internet-клуб; галерея детского творчества» [17].

«Глобус» в его современном виде во многом заслуга профессиональной менеджерской команды. Лидером этой команды была М.Е.Ревякина. Сегодня этот театр не теряет завоеванных позиций и идет вперед.

Экономическая стабильность театра сегодня и в будущем напрямую зависит от менеджерских кадров, способных в полной мере воспользоваться уже имеющимися возможностями предпринимательской деятельности. Если в «Глобусе» действовала команда, то в других регионах эту деятельность осуществляют и отдельные антрепренеры. В качестве примера можно привести Краснодарское муниципальное объединение «Премьера» во главе с А. Гатовым. Именно с его именем и деятельностью «Премьеры» связаны реализация ряда социокультурных и художественных проектов. Приглашение Ю. Григоровича в город, где практически отсутствовала хореографическая традиция, для постановки серии балетных спектаклей, создание собственной балетной труппы, организация симфонического оркестра под руководством В. Понькина, джаз-бенда, под управлением Г. Гараняна, шоу-балета, организация гастролей театральных и шоу звезд в Краснодарском крае. К сожалению, этого талантливого предпринимателя уже нет с нами, как нет и блистательного музыканта Г. Гараняна, которого смерть настигла в Краснодаре.

Итак, можно сделать вывод, что предпринимательством в рамках закона могут заниматься все некоммерческие театральные учреждения, а если этим заниматься профессионально, то результат должен быть положительным. Может быть, в этом случае не будет возникать вопросов: «Зачем Москве 200 государственных театров и 15 симфонических оркестров?». В Чикаго, например, никого не смущает наличие 460 театров, но они не имеют статуса государственных театров. Возможно, и у нас будет больше театров «хороших и разных»,

и они смогут иметь другой статус, кроме государственного, заниматься предпринимательством, обеспечивать свое финансирование самостоятельно. Уже сегодня мы имеем некоторые незаурядные примеры, в частности, постановку спектакля «Синее чудовище» в театре Сатирикон в 2007 г., где осуществление данного проекта, по словам директора театра А. Полянкина, озвучившего это в программе «Сфера интересов» на канале РБК, обошелся театру в 1 млн. 200 тысяч долларов США. Это только первые ласточки. Но это процесс, требующий определенного времени и профессиональных менеджеров.

Предпринимательство в культуре и искусстве — не самоцель.

Предпринимательство в культуре и искусстве — это естественный способ существования в условиях конкурентной среды.

Предпринимательство в культуре и искусстве — это одна из возможностей достойного развития этой сферы. И оно должно касаться всех видов и жанров искусства без исключения.

[1] См. Колбер Ф. и др. Маркетинг культуры и искусства. — М. 2004.

[2] См. Попов Г. Х. Культура и предпринимательство// Культура и бизнес. — М.: МУМ. — 2007. С. 3–6.

[3] См. Хангельдиева И. Г. Рифы современной культурной политики// Тетради Международного университета. — М.: МУМ. — № 10. — 2008. — С. 96-107.

[4] Бродский И. Нобелевская лекция 1987// Стихотворения. Таллин, 1991. — С.7.

[5] Гусейнов Г. Меценатство — это купание Мидаса...// Станиславский. — №10, 2008. — С.41

[6] Пушкин А. С. Разговор книгопродавца с поэтом//

[7] С. Довлатов. Речь без повода... или Колонка редактора. Ранее неизданные материалы. — М.: Изд. Махаон, 2006. С. — 104.

[8] Там же.

[9] См. Киле П. Эпоха Возрождения в странах Европы и Востока. — М. 2007.

[10] См. об этом более подробно. Карайченцева Н. Влияние экономической ситуации в России на деятельность художественных музеев и галерей// Социокультурный менеджмент в России на рубеже веков// М. 2000. — С. 10 — 32.

[11] Неизвестный Э. Кентавр: Э. Неизвестный об искусстве литературе и философии. М. 1992. — С.197.

[12] См. Гражданский кодекс РФ ст. 50. — М.

[13] Шаблинская О. Алла Демидова играет с Богом// АиФ. № 45.-ноябрь, 2001, — с.8.

[14] См. Гражданский кодекс РФ ст. 50. М., 1998.

[15] См. Блахина Н. Игнатъева Е. Нести тяжело, бросить жалко// Культура 10 июля 1997.

[16] Ряд муниципальных театров таких, как «Камерный балет «Москва»», «Имперский балет» Г. Таранды арендуют театральные площадки.

[17] Смирнова Е. Современный арт-PR// Социокультурный менеджмент в России на рубеже веков. М.2000, с.48