
Эта книга посвящается моему отцу,
Константину Елютину, с любовью





Квантовый опыт
театрального продюсирования

RE
MO

TE

MOS

COW

Как зарабатывать
на впечатлениях



Фёдор Елютин



альпина
ПАБЛИШЕР

Москва
2019

УДК 658.5
ББК 65.29
Е59

Издается в авторской редакции

В работе над дизайн-концепцией книги принимали участие:

Александра Федорова

Ирина Таран

Елютин, Фёдор Константинович

Е59 Remote Moscow: Как зарабатывать на впечатлениях / Фёдор Елютин. — М. : Альпина Паблишер, 2019. — 132 с.

ISBN 978-5-9614-1549-0

Однажды Фёдор Елютин совершил очень странный поступок. Не имея ни рубля инвестиций, он привёз в Москву экспериментальный спектакль из Германии. Отправив тысячи москвичей в уникальное аудиопутешествие «Remote Moscow», он неожиданно запустил волну иммерсивного театра в России. Сейчас в репертуаре компании Елютина с десятком проектов, и каждый приносит значительную прибыль, что в театральном деле считается невозможным по определению. Как у него это получилось? Какие принципы и правила привели его к успеху? В попытке ответить на этот вопрос Импресарио написал книгу-спектакль, которая вдохновит всех, кто готов ставить перед собой амбициозные цели и идти до конца за своей мечтой.



УДК 658.5
ББК 65.29

Все права защищены. Никакая часть этой книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме и какими бы то ни было средствами, включая размещение в сети интернет и в корпоративных сетях, а также запись в память ЭВМ для частного или публичного использования, без письменного разрешения владельца авторских прав. По вопросу организации доступа к электронной библиотеке издательства обращайтесь по адресу tylib@alpina.ru.

ISBN 978-5-9614-1549-0

© Фёдор Елютин, 2018
© ООО «Альпина Паблишер», 2019

О чем эта книга	7
ЧТО ТАКОЕ «REMOTE MOSCOW»	12
КТО ТАКИЕ RIMINI PROTOKOLL	14
КРАТКИЙ АЛГОРИТМ РЕАЛИЗАЦИИ ТЕАТРАЛЬНОГО ПРОЕКТА	15
ПРАВИЛА ИГРЫ	17
ТЕАТРАЛЬНЫЕ КРИТИКИ — О «REMOTE MOSCOW»	18
СПОЙЛЕР	19
ДОЛЖНОСТНЫЕ ОБЯЗАННОСТИ ТЕАТРАЛЬНОГО ПРОДЮСЕРА	22
КАК ОДИН СПЕКТАКЛЬ МОЖЕТ ИЗМЕНИТЬ ЖИЗНЬ ЧЕЛОВЕКА	23
КТО ТАКОЙ ИМПРЕСАРИО	24
ТЫ КТО ТАКОЙ?	28
ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОЕ ИСКУССТВО ПО БРОДВЕЙСКИМ ЛЕКАЛАМ	29
ПРОДЮСЕР + ХУДОЖНИК	30
CHÂTEAU DE FANTÔMAS	32
О ГЛАВНОЙ ПРОБЛЕМЕ ЧЕЛОВЕЧЕСТВА	34
КАК СТАТЬ ВЕДУЩИМ ВЕДУЩИМ	38
КОНЦЕПЦИЯ ПОДТВЕРЖДА	40
КВАНТОВОЕ ПРОВИДЕНИЕ	41
ЗАЧЕМ НА САМОМ ДЕЛЕ НУЖНЫ ТЕАТРАЛЬНЫЕ ФЕСТИВАЛИ	43
КАК ПРОТИВОСТОЯТЬ ДИДЖИТАЛИЗАЦИИ	45
ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЕ НАПРЯЖЕНИЕ В СОСТОЯНИИ SOLD OUT	46
ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ	48
РЕКЛАМА ПРОЕКТА	48
ШКОЛА ТЕАТРАЛЬНОГО ЛИДЕРА	52
ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ТЕАТРЫ	53
С ЧЕГО НА САМОМ ДЕЛЕ НАЧИНАЕТСЯ ТЕАТР	55
К ВОПРОСУ О ДОФАМИНОВОЙ ЗАВИСИМОСТИ	58
ОПЫТ ПЕРВОГО КОНТАКТА	59
МЕХАНИЗМ РЕКОМЕНДАЦИЙ	62
КАК СДЕЛАТЬ ВИД, ЧТО У ТЕБЯ ЕСТЬ КОМАНДА	64
ЧТО СЛЕДУЕТ ДЕЛАТЬ СПУСТЯ МИНУТУ ПОСЛЕ ПОДПИСАНИЯ ДОГОВОРА	65
О ВАЖНОСТИ ИНВЕСТИЦИЙ ВО FLOW	68
КАК СДЕЛАТЬ ХОРОШО ПРИ ПОЛНОМ ОТСУТСТВИИ ДЕНЕГ	70
О'КЕЙ ПЛЮС	72

О ЛЮБВИ	73
КАК ОФОРМИТЬ ВИЗЫ ИНОСТРАННЫМ ГРАЖДАНАМ С ЦЕЛЬЮ КУЛЬТУРНОГО ВИЗИТА	74
МЕЖДУНАРОДНАЯ ПОДДЕРЖКА ТЕАТРАЛЬНОГО ПРОЕКТА	75
ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ, БАРТЕР И ПРАВИЛО ХОРОШЕГО ВКУСА	79
КАК ОБЗАВЕСТИСЬ ВЕЛИКОЛЕПНЫМ АВТОМОБИЛЕМ	82
ЖУЛИМЭ	83
НЕМИНУЕМАЯ БЮРОКРАТИЯ	83
ШЛАГБАУМ	84
КАК ВЫБРАТЬ ПОДХОДЯЩЕЕ КЛАДБИЩЕ	88
ПОИСК ЛОКАЦИИ: ПРОВАЛ	90
ЧТО ТАКОЕ БИЛЕТНАЯ КНИЖКА	94
КУПИТЬ БИЛЕТ ОНЛАЙН	96
ПОИСК ЛОКАЦИИ: ТРИУМФ	97
ЗАЧЕМ ТЕАТРАЛЬНОМУ ПРОДЮСЕРУ ЗНАНИЕ ЯЗЫКА	101
ГЕНЕРАЛЬНЫЕ ПРИНЦИПЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ИМПРЕСАРИО С ДИЗАЙНЕРОМ	103
К ВОПРОСУ О ВИБРАЦИЯХ	106
БАЗИСНЫЙ МОДУС ПОВЕДЕНИЯ ИМПРЕСАРИО В СТРЕССОВЫХ СИТУАЦИЯХ	108
ПРЕМЬЕРА КАК МАТЕМАТИЧЕСКИЙ НУЛЬ	109
БЕСПЛАТНАЯ БУЛОЧКА	110
ЗОЛОТОЕ УХО И ПАРТИЗАНСКИЙ МАРКЕТИНГ	111
ЗАЧЕМ НУЖЕН МЕРЧ	112
ДОЛЖЕН ЛИ СТИКЕР КЛЕИТЬСЯ?	113
UPGRADE	115
ВОЕННЫЕ И ИНЖЕНЕРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ НА СЛУЖБЕ СОВРЕМЕННОГО ТЕАТРА	118
КАК ПРАВИЛЬНО ХЕШТЕГАТЬСЯ	119
ОБ УЧАСТИИ ВЫСШИХ СИЛ В ПОВСЕДНЕВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ИМПРЕСАРИО	120
FAQ КАК ЗАЩИТА ОТ ХЕЙТЕРОВ	121
КАК СПРОДЮСИРОВАТЬ ЧАЙ	123
НЕКОТОРЫЕ ПРИНЦИПЫ КОМАНДНОЙ РАБОТЫ	124
ТРИ АНАЛОГИИ БЕЗУСЛОВНОЙ ЗНАЧИМОСТИ НЕПОСРЕДСТВЕННОЙ ПРОДЮСЕРСКОЙ ПРАКТИКИ	126
О КОНКУРЕНЦИИ	127
НЕ ОСТАНАВЛИВАЙСЯ	128
МАНИФЕСТ ЗДРАВОВОМЫСЛЯЩЕГО ЧЕЛОВЕКА	130

О ЧЕМ ЭТА КНИГА

Однажды Фёдор Елютин совершил очень странный поступок. Не имея ни рубля инвестиций, он привез в Москву экспериментальный спектакль из Германии — «Remote X» немецкой команды документалистов Rimini Protokoll — и зарядил показы по два раза в день на все лето. 50 человек приезжают на кладбище, получают там наушники и отправляются в пешее путешествие по городу в сопровождении компьютерного голоса. Никаких актеров, никаких декораций. Полуторачасовой флешмоб с эффектной экзистенциальной подоплекой в духе сериала «Черное зеркало». Проект «Remote Moscow» стал настолько успешным, что вышел на второй сезон, потом на третий, и вскоре самозванцем-импресарио заинтересовались журналисты из *Forbes*.

Проекты возникали один за другим. За четыре года в активном репертуаре команды Елютина накопилось восемь названий: все — неординарные спектакли, придуманные в Германии, Бельгии и Англии. Так продюсер-самоучка создал независимую театральную компанию «Импресарио», аналогов которой в России нет. Фактически это непрерывный фестиваль европейского экспериментального театра, список участников которого растет и множится. И что самое удивительное, эти причудливые театральные опыты приносят компании Елютина прибыль, что в театральном деле вообще-то принято считать невозможным по определению. Тем более что тип современного театра, который интересует Фёдора, рассчитан на горстку ценителей, во всяком случае так было принято считать. А он на голубом глазу и чертовски убедительно стал позиционировать европейские эксперименты как мейнстрим, и это сработало.

Более того, в продвижении своих проектов он практически напрочь отказался от использования слова «театр», а слову «спектакль» стал подбирать всякий раз новые обобщающие эквиваленты вроде «игра», «переживание» или «экспириенс» — и это не просто маркетинговый трюк, но и свидетельство кураторской чуткости; границы жанров на настоящий момент настолько размыты, что привычная терминология попросту больше не работает. Как результат, ни в одном

городе планеты спектакли всемирно известных авангардистов Rimini Protokoll и Ontroerend Goed не получали такого широкого проката, как в Москве. И, соответственно, кассовых сборов.

Сегодня, если вы наберете в поисковике слово «импресарио», в первых строках обнаружите не маэстро Сергея Дягилева, создателя «Русских сезонов», а Фёдора Елютина. В этой рокировке, кстати сказать, заключено примерно все, что нужно знать о том, как за последние 100 лет изменился театр. С одной стороны, он стал евроцентричным; с другой — более демократичным; с третьей — он выглядит вообще по-другому.

Фёдор — не режиссер, не актер, не певец и не музыкант, Фёдор — театральный продюсер. При этом — звезда и, конечно, человек нескромный. Но не настолько, чтобы на волне собственной популярности издать о самом себе книгу. Будучи не в состоянии не восхититься его успехами, зафиксировать и осмыслить пройденный путь надоумил его я.

— Фёдор, тебе следует написать книгу о том, как ты совершил революцию в театральном продюсировании. Я готов помочь.

— Алексей, ты когда-нибудь писал книгу?

— Нет, Фёдор, не писал.

— И я нет. Дай пять.

Назад пути не было. Мы стали регулярно встречаться и вести беседы под диктофон в офисе Фёдора на Китай-городе. Хотя офис — самое неподходящее определение для этой комнаты в цокольном этаже старинного здания, с камином, кожаными диванами, курящимися ароматическими палочками и странными артефактами вроде огромных картонных пистолетов, цветных париков и экзотических скульптур. И огромной вазой с конфетами «Левушка».

За полгода встреч в диктофоне накопилось больше десяти часов разговоров. В ход шли документы, графики, скриншоты, свидетельства очевидцев. Мы решили, что в основу текста лягут обрывки субъективных соображений (им нет цены) и конкретные примеры рабочего процесса (визы,

согласования, психологические стратегии). Поскольку опыт прошлого так или иначе отзывается в настоящем, а профессия театрального продюсера, как выяснилось, предполагает отсутствие правил и постоянную импровизацию, было решено наполнить книгу стихийными флешбэками и все перемешать. **Предупреждение номер один: книгу читать можно с любого места.**

Учитывая, что по отношению к своим проектам Фёдор принципиально избегает слова «театральные», мы решили пойти в этой книге от обратного, превратив ее, по сути, в моноспектакль персонажа по имени Импресарио. Главный герой ведет повествование перед публикой, периодически отвлекаясь на воспоминания, в которых могут появляться другие персонажи со своими утрированно театральными репликами в духе Островского или Гоголя. **Предупреждение номер два: голос Алексея Киселёва, написавшего этот пролог, прервется сразу по его окончании. Далее со страниц этой книги с вами будет вести беседу Фёдор Елютин.**

Сухая фиксация опыта на уровне перечисления фактов утратила бы всякий смысл, лишилась бы индивидуальной интонации, ритма живого разговора и специфического лексикона главного героя. Поэтому в тексте встречается множество непопулярных слов и словосочетаний, значение которых поясняется в сносках. **Предупреждение номер три: сноски и комментарии — часть авторского текста и несут зачастую художественный характер, а не академический. Относиться к ним всерьез не рекомендуется.**

То и дело всплывающие в ходе повествования флешбэки отсылают в эпоху взлета популярности хип-хоперы «Копы в огне» — первого продюсерского опыта Импресарио — и первых шоу клуба Château de Fantômas. Они помогают понять, как формировались идеология, методы, принципы (а также связи, знакомства и стратегии) современного театрального продюсирования. Фёдор рассказывает и об отрицательном опыте — например, о провалившихся переговорах с охранником парковки, заподозрившим команду «Remote» в сатанизме. **Предупреждение номер четыре: (почти) все совпадения случайны.**

Получилось нечто существеннее канонической «истории успеха». По сути, у вас в руках — комментированный алгоритм прохождения квеста «создай из ничего международный театральный проект и выйди в плюс» с элементами захватывающей мемуаристики. Из полусотни коротких параграфов вырастает живая история создания проекта «Remote Moscow», ставшего профессиональным трамплином для самого влиятельного театрального продюсера Москвы. С другой стороны — история сама собой транспонировалась в комплект небанальных советов производственного толка. И с третьей — книга запросто может послужить зарядным устройством на случай утраты мотивации.

Не оставляя в стороне вечные профессиональные вопросы вроде «как сделать хорошо при условии отсутствия денег?», это своего рода методическое пособие нацелено на укрепление и пропаганду здравого смысла среди театрального и нетеатрального населения планеты. И, наконец, весь этот свод букв и изображений перед вами, как и проект «Remote Moscow», — про разницу между живым и неживым.

Алексей Киселёв,

*театральный критик, обозреватель интернет-журнала
«Афиша Daily»*



Алексей Киселёв и Фёдор Елютин
делают вид, что работают над книгой

Сцена. Луч света. Тысячи пар глаз с любопытством следят за человеком в роскошном костюме и солнцезащитных очках. В руках у него микрофон.

Импресарио: Дамы и господа! Леди и джентльмены! Представьте себе то, чего вы хотите больше всего на свете. Самое невероятное, невозможное. Закройте глаза. И просто представьте.

Затемнение.

Я скажу вам: это — возможно. Потому что в театре возможно все. Я хочу прожить много жизней. Но, увы, ограничен временем, собственным телом и законами природы. В театре эти ограничения снимаются. Каждый новый опыт — это новая жизнь. Здесь возможно прожить бесконечное количество жизней.

Когда меня спрашивают, чем я занимаюсь, я отвечаю: легальной поставкой качественных впечатлений. Моя миссия — найти лучшее и поделиться этим с вами.

Я сам придумал себе профессию: импресарио. И сам придумываю правила игры. Правило номер один — нарушать правила.

Ведь на самом деле вы собрались здесь, чтобы приблизиться к познанию квантовой природы мироустройства, не так ли? Что ж. Представьте, что вы держите в руках книгу.



ЧТО ТАКОЕ «REMOTE MOSCOW»

История создания «Remote Moscow» уместается в один абзац. Вот он.

Я увидел проект «Remote X» компании Rimini Protokoll на Авиньонском международном театральном фестивале в июле 2013 года. Внешне спектакль напоминает аудиоэкскурсию для 50 человек с компьютерным голосом в качестве гида; старт — на кладбище, финал — на крыше здания в центре города. Вместо декораций — улицы, а вместо актеров — прохожие. Спустя некоторое время я вышел на связь с авторами проекта и предложил им вместе сочинить московскую версию. Идея им понравилась, мы встретились, познакомились и подписали контракт на пять лет. Я собрал небольшую команду театральных менеджеров и администраторов, мы составили план, заручились поддержкой нескольких автори-



Команда выпуска «Remote Moscow»

тетных культурных институций: Pro Helvetia, Гёте-Института и Союза театральных деятелей. Мы привезли в Москву четверых участников Rimini Protokoll: Штефан Кэги (режиссер), Йорг Карренбауэр (второй режиссер), Николас Ниике (звук), Илона Марти (звук). Они сочинили маршрут, драматургию (авторы текста — Жульен Меннель и Алеша Бегрич остались в Берлине, работали дистанционно), создали звуковую партитуру и систему координации. Маршрут необходимо было согласовать с энным числом инстанций, миссия казалась на определенном этапе невыполнимой, но мы сделали и это. Нарисовали простой сайт и открыли продажу билетов.

Проект стартовал в субботу, 30 мая 2015 года в 13:00 по московскому времени и продолжается до сих пор.

В процессе мы работали над ошибками, прибыль инвестировали в улучшение всего, что можно улучшить. На рекламу проекта мы потратили ноль рублей. Планировали сыграть 100 спектаклей за сезон, а в итоге сыграли 200, потом еще 200, а потом еще. Если верить журналу *Forbes*, общие затраты на проект составили 100 000 евро, а оборот за первый сезон перевалил за 200 000 евро. Теперь нас не останавливать.

КТО ТАКИЕ RIMINI PROTOKOLL

Швейцарско-немецкая театральная компания Rimini Protokoll — мировые звезды современного искусства. История команды отсчитывается с 2002 года, когда трое выпускников Института прикладного театроведения при Гессенском университете (Германия) — Хельгард Хауг, Штефан Кэги и Даниель Ветцель — объединили свои идеи и проекты под общим лейблом. Новоявленный коллектив взялся заниматься театром как буквальным воспроизведением реальности, вооружившись инструментами журналистики, навыками построения драматургической композиции и медиатехнологиями; ничего лишнего, никаких попыток театральной игры, иллюзии, бутафории, выдумки. Сегодня их проекты идут по всему миру, от Берлина до Нью-Йорка, от Сан-Паулу до Иокогамы: на улицах, в театрах, в опустевших зданиях, в конференц-залах, в квартирах, по скайпу, где угодно. В их спектаклях никогда не участвуют актеры, а темой зачастую становится нечто связывающее людей в современном обществе: страх войны («Situation Room»), глобализация («Bodenprobe Kasachstan», «Call Cutta in a Box»), зависимость от технологий («Remote X»). Или же — сами люди, их повадки, места обитания и театральность их бытования («100% City», «Annual Shareholders Meeting», «Sonde Hannover»). Во многом поэтому коллектив чаще всего маркируют как документальный театр. И, несмотря на внушительное перечисление серьезных слов в этом абзаце, спектакли Rimini Protokoll почти всегда бодряще веселые.



Штефан Кэги, Хельгард Хауг, Даниель Ветцель
© David von Becker

КРАТКИЙ АЛГОРИТМ РЕАЛИЗАЦИИ ТЕАТРАЛЬНОГО ПРОЕКТА

1. Продюсер долго ищет и наконец находит объект, который его вдохновляет.

В моем случае — это проект «Remote X» немецкой компании Rimini Protokoll. Я увидел его на Авиньонском фестивале и понял, что нашел то, что искал. Затем продюсер придумывает, как с помощью своей находки можно сделать мир лучше. Например, можно поделиться ей с как можно большим количеством людей. В моем случае это означало — создать московскую версию «Remote».

2. Продюсер берет в свои руки калькулятор.

Исходя из имеющихся сведений, он рассчитывает все предполагаемые затраты на осуществление затеи. Полученное число делится на предполагаемую стоимость одного билета. Результат на экране калькулятора — это количество билетов, которое нужно продать, чтобы выйти в ноль. Неофит на этом этапе улетает в блекс. Блистательный импресарио же переходит к третьему пункту, имея подписанный договор, календарный план и назначенную дату премьеры.

Улетает в блекс —

сильно расстраивается,
теряет всякую надежду.

3. Продюсер ищет деньги.

Прихватив смету проекта, он отправляется на поиски партнеров, спонсоров и меценатов, которые по доброте душевной или в обмен на пиар либо серию эксклюзивных мероприятий возьмут на себя часть расходов на проект. Попутно продюсер обращается во всевозможные культурные фонды и организации, заинтересованные в развитии того или иного вида искусства. Но, даже получив всюду отказ, импресарио имеет план Б. Он может заранее запустить на собственные средства (или в кредит) рекламу проекта, а также начать продажу билетов и пустить в оборот первый вал с кассы. Это самый рискованный путь — путь продюсера-камикадзе. Однако в комбинации с другими стратегиями он порой оказывается действенным, например в сфере мюзикла.

4. Продюсер делает всё.

Вместе с авторами проекта он готовится к премьере, совмещая поиск финансирования с решением организационных

вопросов, подписанием договоров, согласованиями проведения мероприятия с инстанциями, реализацией маркетинговой кампании и так далее. Безупречно выглядит, улыбается. Вежлив и настойчив, спокоен и активен одновременно. Отвечает на все письма и сообщения в течение пяти минут. Присутствует в нескольких местах одновременно, телефон его включен 24 часа в сутки.

5. Продюсер встречает гостей на премьере.

Сначала — на технической, потом — на предварительной и только потом — на зрительской. По результатам вносит коррективы в сам проект, а также в маркетинговую кампанию.

6. Продюсер формирует прокатный график и программу развития проекта.

Отчитывается перед финансовыми партнерами, организациями и спонсорами. Прибыль с продажи билетов направляется не только на зарплату сотрудников, но и на непрерывное качественное улучшение всего того, что можно в нем улучшить.

7. Продюсер фиксирует полученный опыт.

Собирает и внимательно изучает обратную связь. Делает SWOT-анализ. Издает книгу.

SWOT-анализ —

комплексный анализ сильных сторон проекта (Strengths), слабых сторон (Weaknesses), его возможностей (Opportunities) и внешних угроз (Threats).



ПРАВИЛА ИГРЫ

Начиная творческий проект, ты неизбежно оказываешься в области неизвестного. Включаются категории таланта, опыта и везения. Если ты в первый раз варишь борщ, скорее всего, у тебя переварится картошка, есть риск пересолить и недоварить свеклу. Или же тебе чертовски повезет, и борщ получится вкусным. Если ты — продюсер, имеет смысл вписываться в проекты, где риск фиаско прямо пропорционален шансу триумфа.

Идти ва-банк некомфортно и страшно, но необходимо. Таковы правила игры.

Два или три года я занимаюсь «Копами» («Копы в огне» — спектакль в жанре хип-хоп-оперы объединения Le Cirque de Charles la Tannes), меня уже традиционно представляют как Фёдор-Копы-В-Огне. Дело в том, что я действительно Фёдор-Копы-В-Огне, я обожаю этот спектакль. Я считаю, что круче спектакля, играющегося внутри здания, на сцене, не существует. И понимаю, что с такой командой и за такие ничтожные бабки — такого спектакля тем более быть не может. Пока никто не осмелился сделать что-то подобное, ни одна труппа, никто. Репертуарный театр — пожалуйста: гранты-шмранты, помещение, сидим, чай попиваем, ставим. А вот так вот, с голой жопой в Люберцах в гараже декорацию сваривать — вот попробуй, чтоб потом с гастроллями

на фестивалях по всей Европе, по России поездить. Ну, это яйца; их нужно иметь, и это — «Копы в огне». Но я не принимал участия в создании этого проекта, это не было моей идеей, моей пьесой, моей командой. Сейчас это мои очень хорошие друзья: это и Юра (режиссер Юрий Квятковский), и Санья (драматург и актер Александр Легчаков), и Пас (продюсер Саша Пас), и Полина (художник Полина Бахтина), и Розин (режиссер и актер Алексей Розин), и Котзи (актер Константин Аршба), и Миша (музыкант Михаил Румянцев), и Барабанов (актер Илья Барабанов), и все вообще. Но я понимаю, что надо идти дальше, куда-то развиваться, и что-то хочется сделать собственное.

Досуг в Москве. 2015. № 10 (1209). С. 10.



«Копы в огне»: коп Яблонски (Алексей Розин), Черный коп (Константин Аршба), коп Козульский (Александр Легчаков), коп Пипи (Ларик Сурапов / Miiisha / Михаил Румянцев). 2010 год

ТЕАТРАЛЬНЫЕ КРИТИКИ — О «REMOTE MOSCOW»

Что же представляет из себя спектакль «Remote Moscow»? Ведь тем, кто на нем не был, совершенно непонятно, о чем вообще идет речь. Но рассказывать о собственном детище своими словами, во-первых, было бы нескромно, во-вторых, необъективно. Совсем другое дело — обратиться за помощью к беспристрастным профессионалам.

На серию премьерных показов «Remote Moscow» мы пригласили театральных критиков и журналистов. Они написали отличные рецензии, колонки, эссе и заметки. Так как в рецензиях не положено пересказывать увиденное полностью, каждый из авторов ограничился описанием двух-трех эпизодов. Мы собрали их в коллаж, и получилось подробное описание «Remote Moscow» от начала до конца глазами театральных критиков — своеобразный пазл из цитат.

**Каждому продюсеру
лучше работать только с тем,
в ком он уверен на 90%.
То есть практически
ни с кем.**

СПОЙЛЕР

Роман Должанский, «Коммерсантъ»
Алексей Киселёв, «Афиша»
Олег Зинцов, «Ведомости»
Саша Денисова, Colta.ru
Вадим Рутковский, «Сноб»
Екатерина Загвоздкина, «Интерфакс»

Аделаида Сигида, «Мослента»
Виктория Мельникова, Metro
Антон Хитров, «ТеатрAll»
Ilaria Parogni, The Moscow Times
Виктор Вилисов,
«Вилисов постдраматический»

Роман: В идеале хорошо бы про маршрут и приключения в путешествии не рассказывать ничего.

Олег: «Remote Moscow» начинается на Миусском кладбище.

Саша: На кладбище группе людей выдают наушники, после чего они выбирают могилы и пристально вглядываются в них. До начала спектакля — а спектакль ли это? — до начала театра, скажем так, на могилы все плевать хотели. Все смотрели в айфоны. Потом в наушниках возник волнующий голос, и вдруг все начали усиленно думать о бренности бытия. Голос возвестил:

«Меня зовут Милена. Как звучит мой голос?»

Олег: Голос, который ведет участников прогулки, принадлежит компьютерной программе вроде Siri в устройствах Apple.

Саша: «Вы представляете себе чье-то лицо, когда вы слышите меня? Как выглядят мои глаза? Как выглядят мои губы, когда я говорю? Губы — это то, что можно поцеловать».

Олег: Я стою на кладбище, закрыв глаза, и пытаюсь представить губы Милены.

Екатерина: Так начинается «Remote Moscow» — один из самых интересных современных спектаклей (насколько это слово вообще уместно).

Алексей: За следующие 100 минут маленькая толпа, повиная командам иронично философствующего компьютерного голоса, побывает в самых разных частях города, продемонстрирует спортивные и пластические навыки и испытает серию приливов адреналина, перед тем как уйти в облака.

Екатерина: «Посмотрите на людей вокруг. Они все тоже следуют за голосами», — скажет проводник в наушниках. В правдивости этих слов легко убедиться, огля-

нувшись кругом, — прохожие так же замкнуты на своих плеерах и телефонах, как и участники игры.

Саша: На нас воздействуют. Мы идем в лад с программой, поворачиваемся, куда она просит, и видим то, о чем она говорила за секунду до того, выходим в город, садимся в метро, переходим дорогу — и все время программа нас опережает.

Илария: Время от времени она предоставляет нам свободу выбора нашего следующего шага: повернуть налево или направо, подняться по эскалатору в метро или дождаться, пока он сам поднимет нас к выходу. Она разделяет нас на группы поменьше и направляет по разным путям. Но в конце концов мы все опять соберемся вместе, актеры этой сюрреалистической постановки.

Виктория: Удивлять прохожих приходилось часто: на эскалаторе в метро, где мы разминались, будто артисты у балетного станка, на улицах, где мы дружно пели «Мир не прост».

Роман: Кстати, дважды, в начале и середине маршрута, путешественники оказываются где-то рядом с религией: сначала останавливаются у храма, а позже даже перекусывают в трапезной Высоко-Петровского мужского монастыря.

Илария: Стены украшены восхитительными фресками. Маленькие тарелки с русскими пирожками и стаканы с фруктовым напитком «компот» аккуратно расставлены на столах.

Виктор: Отличная сцена в храме, где кормят пирожками и компотом.

Илария: Когда мы добрались до Высоко-Петровского монастыря, Милена превратилась в Юрия, мужской голос с как будто несколько женоненавистнической интонацией. «Милена мне сказала, что иногда испытывает зависть к тем, кто имеет тела, потому что без тела она не может носить туфли», — сказал Юрий.

Роман: Поводырь меняет имя, но не изменяет принцип общения с участником прогулки: голос не только указывает, куда идти и что делать, но дает иронические и философские комментарии к происходящему.

Саша: Программа руководит твоей оптикой. Ты видишь вокруг театр. Ты видишь другой город, хотя идешь знакомыми улицами. Ты видишь другое человечество, хотя, в общем, что нового ты можешь узнать о человечестве? Ты узнаешь что-то новое о себе.

Роман: «Remote Moscow» почти целиком состоит из забавных приключений, из маленьких радостей городской жизни. Часть из них чисто технического свойства: поди пойми, как это так устроено, что голос в наушниках знает, сколько именно секунд осталось до зеленого сигнала на светофоре. Часть — свойства театрального:

на небольшой дворовой волейбольной площадке одна половина группы превращается в игроков, а другая — в зрителей.

Ilaria: Юрий разделяет нас на команды и принимается координировать импровизированный баскетбольный матч. Воображаемый мяч — в наличии.

Роман: Особое же удовольствие — участие в полушутливой несанкционированной демонстрации.

Саша: Полсотни человек вышли из Столешникова, встали перед Генеральной прокуратурой и стали потрясать кто чем может. Футлярами Gucci, айфонами, молескинами, зонтами, расческами и даже томиком Эмили Дикинсон.

Ilaria: Это не та страна, которая славится своей любовью к несанкционированному митингам. Очень надеюсь, что эта акция согласована. Или я могу загреметь в тюрьму? Юрию, похоже, все равно.

Виктор: Отличная сцена с митингом напротив генпрокуратуры.

Ilaria: Позже, когда мы очутились прямо напротив ЦУМа, было велено устроить танцы на площади. Притом что музыку в своих наушниках слышим только мы.

Саша: «Саша, я ж закомплексованный человек — и вдруг танцую перед ЦУМом? — удивлялся себе режиссер Х. — Как они сделали это?»

Ilaria: Путешествие заканчивается на крыше ЦУМа. Граффити «Я люблю Москву» красуется на стене соседнего здания. Юрий с нами прощается, и мы оказываемся окружены облаками дыма.

Олег: Экскурсия «Remote Moscow» с легкостью может быть причислена к числу лучших развлечений нынешнего лета.

Антон: Это театр, где зритель равен художнику; театр, который повернут лицом к жизни; театр как путь познания мира; театр как один из последних способов связи с реальностью без посредничества экрана.

Саша: Это высокотехнологичный театр? Навигатор? Городская экскурсия? Голос свыше? Компьютерная игра про бытие? Интеллектуальный квест? Философская лекция о тщете всего сущего? Не знаю. Но голос пообещал, что прежними мы уже не будем. И, вы знаете, да.

ДОЛЖНОСТНЫЕ ОБЯЗАННОСТИ ТЕАТРАЛЬНОГО ПРОДЮСЕРА

В минуты тягостных раздумий о собственном предназначении я решил обратиться за помощью к Единому квалификационному справочнику профессий. Не без удивления я обнаружил, что в нем содержатся «суфлер» и «шапитмейстер», но ни «импресарио», ни «продюсера» там нет. Близкие по задачам должности и специальности называются «директор программ творческого коллектива и цирковых организаций» или же «заведующий структурным подразделением организации исполнительского искусства»; кроме того — есть даже «президент организации культуры и искусства» (требуется стаж от 20 лет); и наконец, «менеджер культурно-досуговых организаций клубного типа, парков культуры и отдыха, городских садов, других аналогичных культурно-досуговых организаций».

Продюсер может посвятить себя реализации задач, например, куратора — так это устроено на крупных фестивалях. Куратор заявляет тему, формулирует концепцию, а команда менеджеров ее реализует: организует переговоры, приглашает участников, формирует программу.

Другой вариант — быть по другую сторону. Продюсер может занять роль представителя художественного коллектива или проекта, организуя его продвижение. Например, в виде участия в программе крупного фестиваля, концепция которого кажется на редкость подходящей. Предполагается, что в государственных учреждениях культуры эти функции принимает на себя директор вместе с командой заместителей.

Третий — наиболее для меня привлекательный — это путь продюсера-куратора. Импресарио. У него только одна должностная обязанность:

«Живой театр,

который попытается игнорировать
такую пошлую вещь, как мода,
наверняка зачахнет».

Питер Брук «Пустое пространство»

**создание безупречных условий
для возникновения живого объекта искусства.**

КАК ОДИН СПЕКТАКЛЬ МОЖЕТ ИЗМЕНИТЬ ЖИЗНЬ ЧЕЛОВЕКА

Театр для меня начался с «Копов в огне». На дворе стоял 2010 год. До этого я вообще не ходил в театры и даже не воспринимал театр как место, куда можно пойти. Работал в творческом объединении Gazgolder, возглавлял пиар-службу. Потом меня пригласили на это шоу, я посмотрел — ну просто отвал башки. Это если в двух словах. Во время стоячей овации Сергей Минаев, чье место было рядом с моим, сказал кому-то громко на ухо: «Не понимаю, почему эти парни еще не миллионеры». Я это услышал.

«Копы в огне» — первый российский спектакль в жанре хип-хоперы. Четверка главных героев — коп Козульский, коп Яблонски, Черный коп и коп Пипи — среди картонных декораций и комиксоподобных видеопроекций ведут войну против злодея Джигурдамарисса и Клуба восьми убийц. Каждый эпизод — отдельный музыкальный номер, сопровождающийся жирным битом и наглым рэпом. В первый год существования (премьера состоялась в ноябре 2009 года на фестивале имени Сергея Курёхина «Электро-Механика») спектакль закрепил за собой репутацию уникального проекта, привлекающего в театр прогрессивную и совершенно нетеатральную публику. Такой успех объясняется во многом нетривиальностью творческого союза молодой театральной команды с представителями московского рэп- и IDM-движения. Авторами замысла, музыки и либретто выступили люди, прежде с театром никак не соприкасавшиеся:

рэперы и музыканты Александр Легчаков (Козульский), Kotzilla (Черный коп), Миха Архангел (коп Пипи) и Mujuice. Их содружество с недавними выпускниками Школы-студии МХАТ Юрием Квятковским (режиссер спектакля), Алексеем Розиныным (коп Яблонски) и Ильей Барабановым (Джигурдамарисс), продюсером Сашей Пасом, а также сценографом Полиной Бахтиной обернулось самым громким театральным хитом Москвы начала 2010-х годов. И попутно прославилось имя нового независимого творческого объединения Le Cirque de Charles la Tannes.

Gazgolder («Газгольдер») — творческое объединение, основанное в Москве в 2005 году; продюсерский центр, на базе которого производится музыкальная и видеопродукция. Приоритетное направление деятельности «Газгольдера» — музыка. Объединение получило известность прежде всего

благодаря проектам музыканта Василия Вакулenco (Баста, Ноггано, N1NT3ND0). Позже резидентами творческого объединения стали музыканты Гуф, АК-47, Смоки Мо и «Триагруктрика». На момент публикации этой книги «Газгольдер» является одним из лидеров отечественного шоу-бизнеса.

Сергей Минаев — российский бизнесмен, писатель, теле- и радиоведущий. Широкую известность Минаеву принесла книга «Duxless. Повесть о ненастоящем человеке», а также серия медиапроектов политического и околополитического характера, в числе которых «Минаев LIVE», телеканал Kontr TV и авторская программа «Madia Sapiens» на радиостанции РСН. Лауреат премии «Радиомания-2010» в номинации «Ведущий разговорного эфира». На момент публикации этой книги — главный редактор русской версии журнала Esquire.

КТО ТАКОЙ ИМПРЕСАРИО

Хорошо, когда у проекта есть лицо — официальный представитель, спикер. Мне доводилось организовывать и проводить самого разного рода мероприятия — рекламные, культурные, большие концерты, закрытые вечеринки, — и постепенно пришло понимание: люди с удовольствием ходят на события, когда я их зову лично. Мое личное приглашение стало гарантировать качество. Официальное лицо проекта помогает публике сориентироваться в культурном ландшафте.

Импресарио —

слово, пришедшее к нам из Италии эпохи Возрождения. Происходит от слова «imprende-re» (предпринимать, затевать). «Импресарио» — так назывались директора кочевых театральных трупп итальянской комедии масок — *commedia dell'arte*. Итальянское слово «impresario» родственно английскому слову «impress» — «впечатление»; это совпадение случайно в лингвистическом и историческом смысле и не случайно для автора этой книги.

Шеринг

(от англ. sharing, to share — делиться) — процесс безвозмездного распространения информации, вещей, знаний, опыта, апельсина.

Performing arts (англ.) —

искусство представления. Термин охватывает все виды искусства, связанные с исполнением любого рода представлений артистами, танцовщиками и художниками в самом широком смысле слова.

Импресарио как раз и есть такое официальное лицо театрального проекта. Его задача — передать публике свое мироощущение через преподносимое творчество, транслировать свое понимание мира, поделиться им. Мною руководит идея шеринга: я пережил прекрасный опыт — и теперь испытываю непреодолимое желание поделиться этим со всеми окружающими. Быть импесарио — значит ставить свое имя, подписываться под проектом, давать гарантии. Ты как бы говоришь: «Это то, что вам нужно! Вам сюда!»

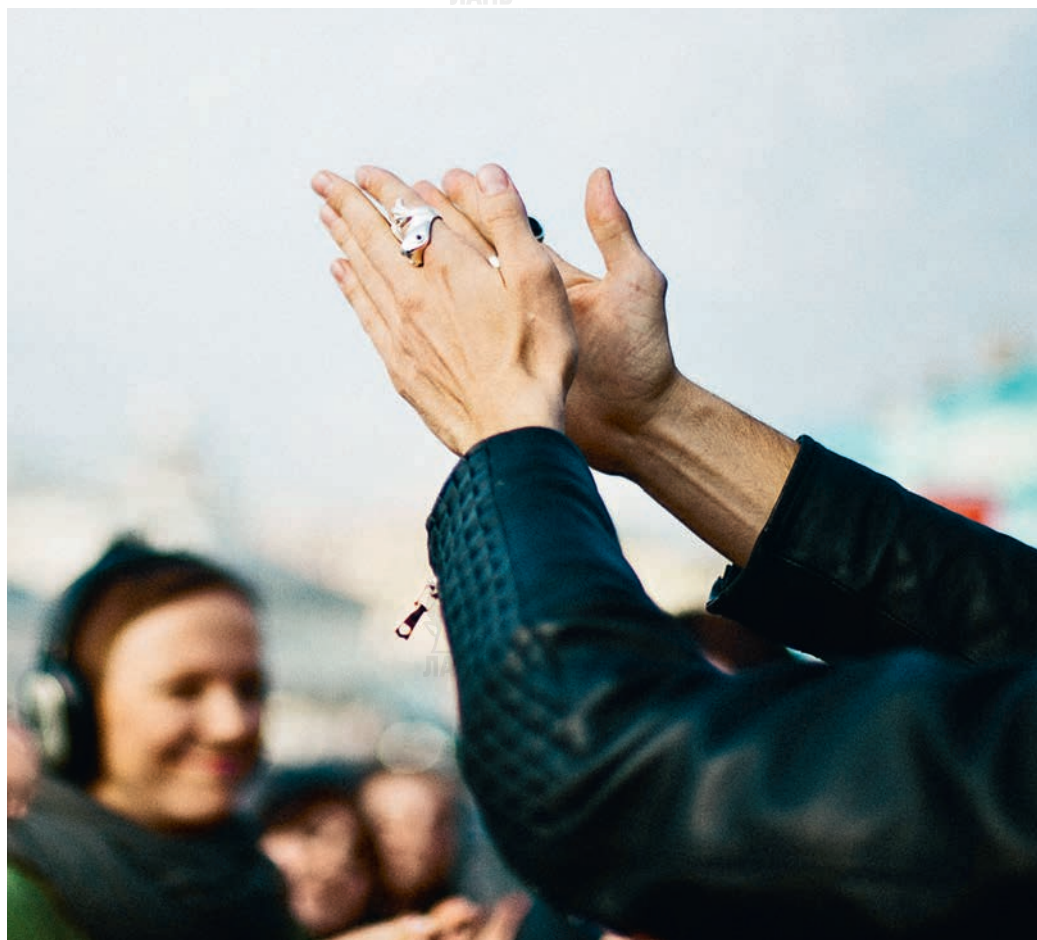
Если после спектакля «Копы в огне» меня называли Фёдор-Копы-В-Огне, то после «Remote Moscow» я стал про себя слышать Фёдор-Remote. И мне понравилось это переключение. Проект «Remote Moscow» стал большой частью меня. Важно, что мое имя многие стали ассоциировать с performing arts проектами. Тогда я осознал, что все, что мы делаем, — это большое театральное хозяйство. Я сам не заметил, как создал театральную компанию.

Если вы разделяете мои взгляды на творчество, эстетику, эксперимент — возможно, вам тоже будет интересно.

Мы говорим: «Вот то, от чего у нас горят глаза».

И предлагаем многосерийный экспириенс — от одного спектакля через другой к третьему и далее. На рабочей доске моей команды сейчас одновременно семь названий. Это проекты из разных стран — наши планы на три года вперед.

Все — абсолютно разные, объединяет их только то, что они зарубежные и каждый из них дарит новые впечатления и опыт.







**Быть импресарио — значит ставить
свое имя, подписываться под проектом,
давать гарантии. Ты как бы говоришь:
«Это то, что вам нужно! Вам сюда!»**

ТЫ КТО ТАКОЙ?

ип —

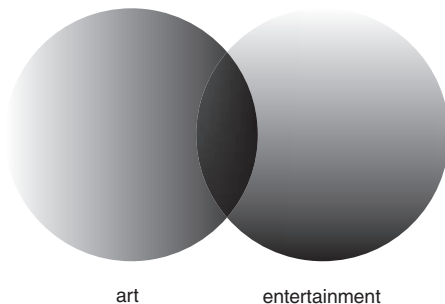
индивидуальный предприниматель. Физическое лицо, зарегистрированное в установленном законом порядке и осуществляющее предпринимательскую деятельность без образования юридического лица. Очень удобно.

Жулемисса

(с лат. giulie и missa) — «проект для узкой театральной аудитории».

Когда мы впервые встретились с Rimini Protokoll, чтобы договориться о создании московской версии «Remote X», первые же их вопросы поставили меня в тупик. «Кто вас поддерживает? Какой театр вы представляете? Какую институцию?» Я не являюсь арт-директором театрального фестиваля, художественным руководителем театра, у меня нет никакой театральной площадки. Было непросто объяснить, зачем мне, частному лицу, нужен «Remote Moscow». У меня есть только ИП (налог: 6% с оборота). Но им не интересно было — ЗАО, ООО у меня или ИП. Им было интересно, что меня мотивирует лезть в эту авантюру.

Оказалось, они никогда не думали о «Remote X» как о продукте, который можно показывать на регулярной основе и получать ощутимую прибыль с продажи билетов. В их понимании «Remote X» — это жулемисса. Перед ними вообще не стоит задачи продавать билеты. Rimini Protokoll занимаются документальным театром, им важно делать новые проекты, путешествовать, читать лекции, продвигать свое мировоззрение. Они думали, что я намерен сыграть «Remote Moscow» максимум 20–30 раз; это серьезные расходы — и почти никакой прибыли; такую роскошь может позволить себе разве что какой-нибудь международный фестиваль, культурный фонд или крупный театр. Поэтому им было интересно — кто я такой и зачем это мне. Так получилось, что «Remote Moscow» стал первым из серии «Remote X» спектаклем, выпущенным силами индивидуального предпринимателя.



ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОЕ ИСКУССТВО ПО БРОДВЕЙСКИМ ЛЕКАЛАМ



ЧИТАЯ, СЛУШАЙ

**Solomon Linda's
The Evening
Birds — Mbube**

«Lion King» —

«Король Лев», один из самых популярных бродвейских мюзиклов. Основан на одноименном мультфильме компании Disney. В постановке использованы ростовые, тростевые и сложносоставные куклы животных. Мюзикл впервые был поставлен в 1997 году, с тех пор не сходит с афиш.

«Sleep No More» —

спектакль британской театральной компании Punchdrunk, основанный на пьесе Шекспира «Макбет». Играется в большом заброшенном здании, множество сюжетных линий развиваются одновременно в нескольких местах таким образом, что зритель, которому предоставлена свобода перемещений, физически не способен увидеть спектакль целиком и вместе с тем становится единственным свидетелем некоторых эпизодов. «Sleep No More» играют в Нью-Йорке и Лондоне. Знаменитый променад-спектакль считается каноническим образцом иммерсивного театра и зачинателем его мировой моды. Премьера состоялась в марте 2011 года.

Мне нравится, что я могу приехать, например, в Нью-Йорк и всегда там будет идти «Lion King», всегда можно сходить на «Sleep No More». Огромная команда людей работает для того, чтобы это все качественно функционировало. Все получают зарплату, графики расписаны на годы вперед. Ежедневно собираются громадные залы. С одной стороны, это филигранный театральный продукт, и в то же время он доступен сотням тысяч людей. Потому что созданы условия для тиражирования. Это художественные долгоиграющие проекты, которые можно посмотреть всегда. В любой день (кроме понедельника!). Колоссальная работа. Вот источник моего вдохновения.

В случае «Remote» единственное ограничение — погода; спектакль хорошо себя чувствует в теплое время года.

В остальном это художественный проект, созданный по календарным лекалам Бродвея; мы играем по два спектакля каждый день и по четыре раза в выходные. Запустить проект — только первый этап работы. Обеспечить ему долгую и счастливую жизнь (а также sold out) — вот ключевая задача продюсера.



ПРОДЮСЕР + ХУДОЖНИК

Художник (творец, сочинитель) важнее продюсера просто потому, что без художника продюсеру нечего продюсировать. При этом без помощи продюсера художник не сможет реализовать собственный потенциал и наполовину.

С другой стороны, полное подчинение, отсутствие собственной воли и инициативности у продюсера по отношению к художнику — еще хуже, чем постоянное стремление лезть на территорию художественного творчества. Граница эта сложноуловимая, но она есть. Если 90% проекта меня устраивает, то я включаю режим полного доверия к художнику. Но всегда оставляю за собой оставшиеся 10% — это мое скромное право вносить коррективы в процессе работы.

Сверхзадача продюсера — максимальные продажи — лишена художественности. Но самый проверенный способ ее достигнуть — обеспечить художнику творческий тонус в процессе его работы; именно в этом заключен главный капитал продюсера. Сложнее говоря, чем более благоприятные условия продюсер создал для художника, тем лучшего качества у него получится продукт и тем больше продюсер продаст билетов.

Понятное дело, не все художники гениальны; всегда возможны провалы, непонимание, утрата доверия. Именно поэтому каждому продюсеру лучше работать только с тем, в ком он уверен на 90%. То есть практически ни с кем.



CHÂTEAU DE FANTÔMAS

Ованес Погосян —
 российский бизнесмен, рестора-
 тор, основатель благотворительной
 социальной сети Mainpeople.com.

Александр Легчаков —
 артист, драматург, хип-хоп-испол-
 нитель, кандидат экономических
 наук. В музыкальной среде
 известен как Super Sanya. Автор
 либретто «Копы в огне» и исполни-
 тель роли копа Козульски.

Юрий Квятковский —
 режиссер, основатель и фронтмен
 независимого арт-объединения
 Le Cirque de Charles la Tannes.
 Самые известные постановки:
 первая хип-хопера «Копы в огне»,
 вербатим «Это тоже я», тотальный
 променад-спектакль «Норманск»,
 стадионная хип-хопера «Орфей
 и Эвридика».

Ги Лалиберте —
 артист цирка, основатель и руко-
 водитель компании Cirque du Soleil.
 Миллиардер. Создал цирк, который
 синтезировал в себе различные
 цирковые стили со всего мира.
 Седьмой космический турист.
 Полёт на МКС состоялся
 30 сентября 2009 года.

В период взлета популярности «Копы в огне» я мечтал, что-
 бы алкогольная компания Bacardi поддержала нас рублем.
 Просто потому, что маркетинг-директором этой замеча-
 тельной конторы долгое время был мой друг Михаил Семиз.
 Но Мише не нравились «Копы», зато Мише нравился я.
 Как Импресарио.

Однажды Миша встретился с Ованесом Погосяном, влия-
 тельным предпринимателем и просто хорошим человеком.

Ованес Погосян (входит): Доброго здоровья, Миша!
**Михаил Семиз (перестает читать газету, встает с крес-
 ла):** И тебе не хворать, Ованес!

Ованес Погосян: Спешу поделиться с тобой радостным
 известием: мы строим клуб на «Красном Октябре». Хочу, что-
 бы там было необычное театральное шоу. Можешь пореко-
 мендовать какую-нибудь команду?

Михаил Семиз (делая глоток Bacardi): Конечно, могу!
 Есть великолепные ребята Le Cirque de Charles la Tannes,
 они дают на театре новомодную хип-хоперу «Копы в огне».
 Мне спектакль не нравится, но нравится Фёдор Елютин.
 Как Импресарио. Но ты — сходи. Тебе понравится, уверяю!

Ованес Погосян: Откуда, скажи на милость, в тебе
 столько уверенности?!

Всплеснув руками, уходит.

**Михаил Семиз (садится обратно в кресло, продолжает
 читать газету как ни в чем не бывало):** Увидим-с!

Ованес сходил. Ему понравилось, и он предложил нам
 делать все, что мы захотим, в своем новом закрытом
 четырехэтажном клубе. Мы вместе с Сашей Легчаковым
 и Юрой Квятковским собрали «Шоу Фантомаса», и оно
 бомбануло с первого дубля. Смесь цирка, кабаре, варьете,
 театра и дискотеки. Ladies, шампанское. Столики прода-
 вались по 200 000 рублей, в первых рядах — знаменитости
 и медийные личности. К нам приходил в гости Ги Лалибер-
 те — основатель Цирка дю Солей. Огромное количество
 людей помещалось в микропространстве неизвестным науке
 способом. Это было заведение закрытого типа, люди раску-

пали клубные карты, стоившие 100 000 рублей в год. Называлось это ныне культовое место Château de Fantômas. Шел 2012 год.

Ованес поверил в нас, в наше дело. Он дал нам возможность раскрыться. И важно, что мы — команда «Копов» — не упустили эту возможность и использовали ее. Использовали 180 раз — именно столько мы сыграли наше шоу в клубе Château de Fantômas. Была доказана теория о том, что если ты что-то делаешь хорошо, то это кому-то нужно.



Александр Легчаков, Ги Лалиберте
и Фёдор Елютин в Château de Fantômas





О ГЛАВНОЙ ПРОБЛЕМЕ ЧЕЛОВЕЧЕСТВА



«Мечты Дзиро о суши»

(«Jiro Dreams of Sushi») — документальный фильм Дэвида Гелба. США, 2011.

35 000 иен ~ 20 500 рублей.

Меня вдохновляют японцы. Если японец что-то делает, он делает это всю свою жизнь. Поэтому результат его деятельности становится совершенным, а значит — нужным. Один из самых знаменитых поваров в мире — Дзиро Оно — последние 50 лет каждый день делает только суши (про него снят замечательный документальный фильм «Мечты Дзиро о суши»). Люди выстраиваются в очередь на полгода вперед, чтобы отдать 35 000 иен за сет.

**Я решил для себя: «Я занимаюсь театром».
И говорю теперь себе: «Не лезь в другие области.»**

Да, тебе будет сложно в какой-то момент. Да, по мере углубления в профессию обнаружатся ее неприглядные стороны, а параллельные миры покажутся более безупречными. Может быть, даже тебя будут манить обнаженные женщины. Не лезь!»

Главная проблема человечества — люди занимаются тем, что им неинтересно, тем, что им не нравится, что у них плохо получается, в чем они не развиваются.

Я много чего боюсь.

Боюсь утку, мышь. Но больше всего я боюсь не успеть. Мне необходимо постоянно узнавать что-то новое. Бывает такое, что в разговоре кто-нибудь спрашивает, например: «О, а знаешь про Brain Science?» Начинает рассказывать, и ты понимаешь, что тебе приоткрылась целая неизведанная вселенная, добро пожаловать. Таких вселенных вокруг нас — миллион, каждый день они пролетают мимо. И это нормально. Я выбрал себе одну из них под условным названием «театральное продюсирование». И решил, что хочу знать об этом все досконально. Какие бывают театры, фестивали, по каким принципам формируются программы, откуда артист Большого театра знает, в какой комнате

он будет репетировать с трех до пяти через три года? Для этого мне пришлось сузить каналы информации и, скрепя сердце, временно отказаться от изучения Brain Science.







**Если ты не испытываешь вибрации,
значит, что-то идет не так.**

КАК СТАТЬ ВЕДУЩИМ ВЕДУЩИМ

Мой отец часто цитировал Карла Маркса:

«Самым важным в жизни человека является выбор профессии. Но и это происходит по воле случая».



Карл Маркс,
«Размышления юноши при выборе профессии», 1835 г.

Однажды я организовывал рекламную презентацию для компании МТС у них в офисе с участием актеров в классических театральных костюмах. И у меня остался костюм Отелло, с которым я пришел в ночной клуб Château de Fantômas. Так получилось, что ведущий, работавший в этот день, заболел, и мне предложили попробовать себя в новом качестве. Я нарядился в этот костюм, вышел и стал импровизировать. В зале был Юра Квятковский, который подошел после и сказал:

«Фёдор, у тебя здорово получается!
Давай, делай это!»

После этих слов я провел около 150 шоу в «Фантомасе». Люди стали подходить и спрашивать, могу ли я провести их мероприятие, но уже вне «Фантомаса». Это повторялось постоянно и всегда было неожиданно.

К л и е н т: Фёдор, я женюсь. Мне рекомендовали вас как отличного тамаду.

И м п р е с а р и о: Поздравляю! Но я не тамада.

К л и е н т: И все же. Какой у вас гонорар?

И м п р е с а р и о (стараясь шокировать собеседника):
150 000. Нет, 200 000!

К л и е н т: Да, хорошо. Нас устраивает.

И м п р е с а р и о (в сторону): Ну, дела-а-а! (Собеседнику.)
Но я не провожу конкурсы и не говорю тосты, вы знаете?

К л и е н т: Да, хорошо. То, что надо.

Я начал проводить свадьбы. Без конкурсов и тостов. Люди тусовались в баре, а я с ними. Начал проводить корпоративы

Весной 2013 года на Кипре, в офшорах которого находилась значительная часть денег российских вкладчиков, случился экономический кризис, в результате которого все банковские счета были практически заморожены.

таким же образом. Дошло до того, что я проводил мероприятия с гонораром 300 000 рублей. Потом доллар взлетел, Кипр накрылся.

Занавес.



КОНЦЕПЦИЯ ПОДТВЕРДЕЖА

**Когда я работаю ведущим,
я выполняю задачу клиента.**

Я могу выбирать клиентов — с кем работать, а с кем нет, но в конечном счете так или иначе выполняю чей-то заказ. Как художник, который рисует чей-то портрет. Заказчик диктует художнику собственную волю, а тот ей всецело подчиняется. Допустим, не блещущий красотой заказчик просит художника нарисовать его. Задача художника — увидеть красоту, подчеркнуть достоинства заказчика. Достоинства есть у каждого человека, нужно уметь их обнаружить.

Подтвердеж —
выражение одобрения,
восхищения, солидарности.

Это глобальный вопрос — вопрос о концепции подтвердежа. То, чем занимается, к примеру, Comedy Club, основано на концепции подкалывания, троллинга: «Смотрите, какой жирный мужик!» И чем круче ты подколот человека, тем ты сам круче. Я этим не занимаюсь, мне это не интересно. Мне ближе концепция подтвердежа: «Киса, надела прекрасное платье? Прекрасно выглядишь, бейби! Роскошно выглядишь! Эй, джентльмен, надел красивый галстук? Да ты красавчик! Ты постарался, потратил лишние пять минут, ты молодец! Прекрасная прическа!» При этом я не лью людям в уши лезть, нет. Я просто даю людям подтвердеж. Это абсолютно нормально. Это вопрос про отношение — про доброту. То, что мы делаем, — добрый продукт. Он от души, от сердца, он созидательный, а не разрушающий. Мне интересно заниматься таким искусством. Все, чем я занимался, к чему прикладывал руку, — все про это, все про любовь.



КВАНТОВОЕ ПРОВИДЕНИЕ

Авиньонский фестиваль —

один из крупнейших и старейших в мире театральных фестивалей, проходит в июле каждого года в городе Авиньон, Франция. В его программе традиционно представлены все главные имена и события мирового театра на текущий момент. Избранные куратором спектакли играют по всему городу, на всех сценах и не только на сценах. Главная площадка — двор бывшего папского дворца. Афишу составляют примерно 300 наименований, около 30 из которых — премьеры, выпущенные при продюсерском участии фестиваля. В штабе фестиваля работают более 1000 человек. Фестиваль основан Жаном Виларом в 1947 году. С 2013 года директорское кресло занимает французский драматург, режиссер и актер Оливье Пи. www.festival-avignon.com

Ромео Кастеллуччи

(Romeo Castellucci) — итальянский художник, театральный режиссер. Спектакли Кастеллуччи регулярно становятся самыми громкими событиями крупнейших европейских фестивалей. Режиссер работает на пересечении театра и современного искусства, интересуясь в первую очередь телесной, плотской выразительностью перформера; исследует религиозные и раннеевропейские сюжеты и образы. Самые известные спектакли: «Юлий Цезарь», «Божественная комедия», «О концепции лика Сына Божьего».

Кшиштоф Варликовский

(Krzysztof Warlikowski) — польский театральный режиссер. Ассистировал Питеру Бруку, Джордžo Стреллеру, Ингмару Бергману и Кристиану Люке. Автор остроактуальных, визуально насыщенных и часто скандальных спектаклей. Главные работы: «Гамлет», «Крум», «(А) Поллония».

Благодаря квантовому провидению, руке фатума, заставившей меня однажды променять утренний поход в спортзал на просмотр спектакля «Копы в огне», благодаря случайной беседе Миши Семиза с Ованесом Погосяном, превратившей меня в итоге в Конферансье и Импресарио, летом 2013 года я оказался в городе Авиньоне на главном театральном фестивале мира. Я искал факира для нового шоу в Château de Fantômas. В Авиньон меня завлек Юра Квятковский. Мы там провели невероятную неделю — смотрели лучший в мире театр: Ромео Кастеллуччи, Кшиштоф Варликовский, Кэти Митчелл, Ян Фабр, Rimini Protokoll. И я вполне осознанно «забыл» про факиров.

О спектакле Rimini Protokoll «Remote Avignon» — то есть авиньонской версии глобального проекта «Remote X» — было заранее известно, что он начинается на кладбище. Мы приехали на велосипедах, подошли к администраторам, а они говорят: «У нас sold out ле тоталь. Но попробуйте прийти завтра, может быть, кто-нибудь из купивших билеты не придет. À bientôt». В принципе, я мог бы вообще туда не пойти, попасть на другой спектакль или куда-нибудь еще. Но почему-то идея спектакля на кладбище не давала мне покоя. Мы пришли на следующий день, и — о чудо — как раз осталось ровно два билета. Так устроено квантовое провидение, так я увидел спектакль, который перевернул мой мир.

Талант — это великая редкость. В редком случае Господь Бог целует в темечко и говорит: «Ну, давай». Ребят из Rimini Protokoll он поцеловал дважды.

Кэти Митчелл (Katie Mitchell) —

английский театральный режиссер, работает с техниками Константина Станиславского и Ежи Гротовского, комбинируя их с методами Питера Брука и Бертольда Брехта, а также — современными технологиями мультимедиа. Самые известные спектакли: «Чайка», «Кристина», «Дыхание».

Ян Фабр (Jan Fabre) —

бельгийский художник, хореограф и режиссер. Основатель группы Troubleyn в Антверпене. Работает с ярко выраженной телесностью, создает энергичные, радикальные по форме перформансы на пересечении физического и драматического театра. Самые известные работы в театре: «Дань Иеронимусу Босху в Конго», «Я Кровь», «Гора Олимп».



ЗАЧЕМ НА САМОМ ДЕЛЕ НУЖНЫ ТЕАТРАЛЬНЫЕ ФЕСТИВАЛИ

Галя Солодовникова —

художник, дизайнер, сценограф. Соавтор спектаклей Юрия Квятовского, Филиппа Григорьяна, Максима Диденко etc. Преполагает в Британской высшей школе дизайна.

Принято считать, что международный театральный фестиваль — это масштабное мероприятие, благодаря которому публика может насладиться избранными спектаклями со всего мира. Отчасти это справедливо. Но только отчасти.

На Авиньонском фестивале я встретил много знакомых из Москвы. Например, выдающуюся художницу Галю Солодовникову. Она тоже прошла «Remote», и я запомнил, как она сказала потом: «Фёдор, давай, привези их в Москву!» А я ответил: «Ага, да конечно — привезти в Москву. Ха-ха». Я даже и не подумал, что после спектакля можно подойти к администратору, спросить, кто у них главный, кому можно оставить визитку и получить райдер на почту. В тот момент мне даже в голову не пришло, что

**театральный фестиваль — это маркет.
Это место, где люди со всего мира покупают
и продают performing arts.**

Но идея «привезти их в Москву» закралась. И дала о себе знать через полгода. Я просто открыл Facebook, нашел аккаунт автора и режиссера проекта «Remote X» Штефана Кэги и написал ему сообщение.

Он ответил, и так я узнал о том, что готовится к запуску проект «Remote Петербург». Да, Андрей Могучий меня опередил. Он не стал ждать полгода, чтобы написать в Facebook, а, видимо, просто подошел тогда в Авиньоне к организаторам. Ну, супер, отлично! Чем больше «Ремоутов», тем лучше. Я купил билет, поехал в Петербург знакомиться с Rimini Protokoll.

Андрей Могучий —

театральный режиссер, педагог, художественный руководитель БДТ им. Товстоногова, Санкт-Петербург. Апологет зрелищного формального театра, театра представления, театра-цирка. Самые знаменитые спектакли: «Иваны», «Счастье», «Три толстяка».

Поезд Москва — Санкт-Петербург.

И м п р е с а р и о (смотрит в окно): Я испытываю ощущение азарта и интриги. Чай с лимоном, пожалуйста. Без сахара.



Stefan Kaegi

You're friends on Facebook

Worked at Rimini Protokoll Theatre Company

Lives in Berlin, Germany

19/02/2014, 01:41

Stefan, salut!

My name is Feodor Elutine.

I am theatre producer from Russia Moscow.

Here is the link video from one of our theatre performance "Cops on Fire" - <https://www.youtube.com/watch?v=tRKuYjp8IR0>

I was at Avignon Festival last summer (july 2013) at "Remote X" programme.

One of the most exciting for me from the festival program. Great job.



I have an idea to produce it in my native city - Moscow.

What do you think about it?

How is it appropriate to discuss: Facebook, Skype, or by e-mail?

Hope to hear from you soon.

Thank you

Best Regards



hi feodor,

would be a great idea.

we will make it happen in petersbug, too.

in may

it will be better you mail me. I dont very often check FB.



Type a message...

Aa



GIF



В сообщении Штефану Кэги я написал несколько слов о себе. Чтобы не быть голословным, дал ссылку на тизер «Копов в огне». Поделился впечатлениями от авиньонской версии «Remote X» и без лишних предисловий предложил спродюсировать этот же спектакль в моем родном городе Москве. Штефан тут же ответил, что идея ему нравится, тем более что как раз уже готовится к выпуску «Remote Петербург»

КАК ПРОТИВОСТОЯТЬ ДИДЖИТАЛИЗАЦИИ

Театр — это вам не кино. Театр — это процесс энергообмена. Все самое важное происходит в зале — виртуальную реальность пережить нельзя. В этом есть магия, это действительно так. Театр от множества других удивительных и замечательных видов искусства отличается фактором живого присутствия. Театром я занимаюсь, потому что я против скайпа, если можно встретиться живьем. Skype (Messenger, WhatsApp, Telegram, TamTam, ICQ) — это очень удобно и здорово. Живой контакт — это бесценно. В качестве ответной реакции на развитие технологического прогресса возникает стремление к человеческому общению.

Я мог бы написать Rimini Protokoll красивое большое письмо о том, кто я такой и какой замечательный получится у нас совместный проект, и это было бы нормально. Мир становится цифровым, ты можешь написать тысячу писем — «best regards, dear Stefan, my pleasure»; но до тех пор, пока ты с человеком не встретишься, не пожмешь руку, не разделишь трапезу, — у вас не возникнет связь. Живой контакт стоит сотен писем.

Существует примерно 42 способа противостоять диджитализации. На территории России, не считая алкоголизма, наибольшее распространение получил только один гарантированный способ — это баня. Хорошая, с опытным банщиком, с приятной компанией, на весь вечер без телефонов и металлических предметов. Поддай пару. Разомни свои кости. И бегом на танцы.



Вот маленький швейцарский ножик. Его мне подарил Штефан первым делом, когда приехал в Москву. Очень маленький карманный швейцарский ножик. Я вдруг понял: то, что делаем мы, — это укол, но элегантный. Мы колем людей в пятку этим самым швейцарским ножиком. Очень деликатно, аккуратно, высококачественно. Иногда люди дарят ножик, а радости — как будто саблю подарили

ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЕ НАПРЯЖЕНИЕ В СОСТОЯНИИ SOLD OUT

Ничто меня так не возбуждает, как проданный зал.

Sold out.

Билетов нет. И не будет. Касса закрыта.

О да.

— Можно контрамарочку?

— Нет, простите, у нас sold out.

Невероятно.

**Порой это возбуждает меня больше,
чем обнаженная женщина.**

Самый крутой sold out — не тот, который случился по факту, а тот, что возник заранее, задолго до события. Оно еще не произошло, а энергия уже вырабатывается. Это энергия людей, которые думают о предстоящем. Все, они уже с билетами. Например, наступает уик-энд, по графику запланировано восемь спектаклей, и ты понимаешь, что 400 человек думают об этом сейчас. Ты не знаешь до конца, как все пройдет, но понимаешь, что все эти люди тебе уже доверились. Они сказали: «Да». 400 человек, которые сегодня придут на спектакль, проголосовали за твою идею рублем. Это очень возбуждает. И даже не потому, что я алчный и самовлюбленный, а потому что красота момента не может не возбуждать.

На самом деле я не могу даже ни с кем поделиться ощущением этой красоты, потому что в мире не существует абсолютно одинаковых людей, а значит, никто этого не чувствует так, как чувствую я. Думаю, нечто подобное испытывает человек, который долго строил, предположим, завод по производству сыра, и вот однажды он идет по нему, останав-

ливается, смотрит по сторонам и думает: «Вот это да! Мой заводик работает. Класс!» И сыр получается отличный. Такой момент. Ты останавливаешься, смотришь по сторонам и осознаешь, что счастлив.



ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

Для нас целевой аудитории не существует.

То есть мы вообще про это не думали в процессе подготовки проекта. На «Remote Moscow» стали приходить самые разные люди, компании, иностранцы (у нас есть английская версия), молодые люди, пожилые — кто угодно. Из бизнес-среды, из культурной, и самое главное — люди, про которых я вообще ничего не знаю. В этом, конечно, уникальность проекта. Он универсален, как баночка кока-колы. Он понятен и моему шестилетнему племяннику, и моей бабушке, которой 80 лет. Оба в восторге.

РЕКЛАМА ПРОЕКТА

Мы исходили и исходим из двух данностей, с которыми необходимо смириться:

- 1. Говорит и показывает сарафанное радио.**
- 2. Хороший продукт в рекламе не нуждается.**

Однажды я попробовал вывесить перетяжку на Тверской:

**«Лучшие театральные проекты! 100% восторг!
Только у нас!»**

К моему удивлению, это не сработало.

Если вам нужно вырвать зуб и перед вами стоит выбор — обычно есть два варианта, к кому обратиться за помощью. Первый — к стоматологу, у которого очень привлекательная реклама. Второй — к тому, рекламы которого вы не видели, но о ком знаете по рекомендациям друзей. Вы выберете (скорее всего) второго. С театром то же самое. Из десяти зрителей «Remote Moscow» восемь приходят по рекомендации друзей.



Голос в наушниках предлагает зрителям собраться у зеркала, достать телефоны и сфотографироваться на память. Однажды зеркало пропало. Его кто-то украл. Вышел конфуз. Впрочем, уже на следующий день на нужном месте появилось новое зеркало. А старое осталось в нашей памяти и на нескольких сотнях снимков участников «Remote Moscow»

**Ты не знаешь до конца, как все
пройдет, но понимаешь, что все эти
люди тебе уже доверились.**





ШКОЛА ТЕАТРАЛЬНОГО ЛИДЕРА

Школа театрального лидера — образовательный проект Школы-студии МХАТ и Центра им. Мейерхольда при поддержке Департамента культуры Москвы. Слушатели набираются по конкурсу среди режиссеров, продюсеров и театроведов. Лекторами выступают ведущие режиссеры, продюсеры, кураторы из России и Европы. На каждой из четырех сессий слушатели готовят проекты по темам театральных утопий, социальных проектов, стратегий реорганизаций репертуарных театров и так далее. Проекты представляются вниманию московского Департамента культуры, некоторые из них вскоре реализуются.

Борис Юхананов — театральный режиссер, руководитель «Электротheatera Станиславский» и «Мастерской индивидуальной режиссуры». Футуролог, театролог, реформатор, ученик Анатолия Васильева и Анатолия Эфроса. Один из ключевых представителей российского андеграунда 1990-х. Самые знаменитые спектакли: «Наблюдатель», «Октавия», «Сверлийцы».

Кирилл Серебренников — режиссер театра и кино, руководитель «Гоголь-центра». Вошел в пантеон современного театра с постановками по новой драме, затем ставил спектакли по классике русской драматургии в МХТ им. Чехова, выпустил свой курс в Школе-студии МХАТ. С 2010-х сотрудничает с театрами Европы, ставит оперные, балетные и драматические спектакли, представляет Россию на крупнейших международных фестивалях. Главные спектакли: «Господа Головлевы», «Сон в летнюю ночь», «Маленькие трагедии».

#freekirill

Заход в театральную жизнь был бы абсолютно другим без опыта обучения в Школе театрального лидера. Мне дали знания о театральном мире за пределами сцены.

О грантах, о финансировании, о договорах, о работе с публикой. Дали возможность напрямую общаться с главными представителями театрального искусства в городе. Выглядит это так. Борис Юхананов, запускающий «Электротheater Станиславский», приходит и говорит: «Я только что со стройки». Приходит Кирилл Серебренников и с порога рассказывает, как на директора «Гоголь-центра» только что напали неизвестные. Абсолютно живые истории. Я смотрел и понимал, как это все устроено. Но самая невероятно крутая идея: взять 50 околотеатральных деятелей и отвезти их в Эдинбург на самый большой театральный фестиваль в мире. 2500 театральных коллективов, сотни спектаклей в день. Труппы играют по 60 спектаклей за две недели. Плюс монтаж-демонстрация каждый день, потому что таких команд на этой сцене еще как минимум пять толкается. Все артисты бегают по городу и раздают флаеры на собственные спектакли.

Нас, московских расслабленных театралов, просто за руку привели туда и показали: вот так вот бывает, вот это фестиваль, вот это организаторы фестиваля, так они работают. Владельцы одной из самых успешных площадок, которая называется Underbelly, сказали нам: «Вообще-то мы ресторан». 70% дохода — еда, а 30% — билеты. «Еда позволяет нам делать performing arts». Безумие. Это знание переворачивает представление о том, что такое продюсирование. Как обо всем этом узнать, если ты не ездил на Эдинбургский фестиваль? Никак. Спасибо Школе театрального лидера и отдельно Елене Ковальской, Виктору Рыжакову, Екатерине Гаевой, которые ее придумали и реализовали.

Эдинбургский фестиваль — самое масштабное международное театральное событие, совмещающее более 20 фестивалей не только театральных, но и музыкальных, научных, культурных и даже религиозных. Во внеконкурсной программе Эдинбургского

Фринджа ежегодно принимает участие около 2500 спектаклей, занимающих буквально все пространство города в центре Шотландии. Проходит с 1947 года. Время проведения — август. www.edfringe.com.

ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ТЕАТРЫ

Почти нигде в мире не существует такой масштабной системы государственной поддержки репертуарных театров, как в России. Миллиарды рублей ежегодно уходят на оплату электроэнергии, производство декораций, зарплаты, премии, ремонт и так далее. Чаще всего это лишено всякого смысла. Но иногда такое положение дел порождает удивительные культурные явления.

Дмитрий Крымов —

театральный художник и режиссер. Ключевой представитель направления под названием «театр художника» в России. Ведет курс в ГИТИСе, его спектакли идут главным образом в театре «Школа драматического искусства». Главные постановки: «Демон. Вид сверху», «Opus №7», «Тарарабумбия».

В театре «Школа драматического искусства» в Москве идет спектакль Дмитрия Крымова «Тарарабумбия». На сцене 60 человек, оркестр, костюмы, во все стороны разлетаются всякие предметы. Я поймал, например, итальянский карандаш. Высочайшее качество продакшена. Сидя в зале, где помещаются примерно 250 зрителей, я понимаю, что показать один раз то, что происходит сейчас на сцене, стоит раз в пять больше, чем собирает касса. Чтобы окупить единоразовый прокат такого спектакля, потребовалось бы установить очень и очень высокие цены на билеты. Это, в свою очередь, отсечет важную для такого зрелища публику, на которую на самом деле оно рассчитано. Такие спектакли могут существовать только в условиях российского репертуарного театра. В данном случае я говорю спасибо Департаменту культуры Москвы за то, что плачу 1500 рублей за билет, а кайфую, по сути, на пятерку.

Но, если отвлечься от исключений,

опыт сотрудничества с государственными театрами, к большому сожалению, нечасто приносит радость и прибыль.

«Относись с уважением к этому храму и заставь уважать его других, священнодействуй или убийся вон».

Михаил Семенович Щепкин

Дело в том, что российский репертуарный театр в понимании значительной части его служителей — это храм. Зачастую складывается впечатление, будто руководители и работники таких театров равняются на религиозные институты в первую очередь в вопросах позиционирования. Я имею в виду наводящие тоску сайты, на главной странице которых располагаются благостные объявления о больших и малых

праздниках, а не расписание и кнопка «Купить билет». И 200 подписчиков в Facebook. Признаться, не понимаю, почему «храм» не должен заботиться о «прихожанах». Бывали ситуации, когда удавалось убедить руководителей пресс-служб сделать на сайте удобное расписание, но объяснить, что оно должно быть сверстано под смартфон и планшет, уже оказывалось совершенно невозможным. Каждый подобный шаг сопровождается серьезным риском превратиться в поругателя вековых традиций. Ситуация, конечно, постепенно меняется. Но настолько постепенно, что на данный момент сотрудничество с консервативными репертуарными институциями, как правило, не приносит радости и любви ни импресарио, ни театральным служителям.

У индивидуального предпринимателя есть два варианта сотрудничества с репертуарной площадкой:

1. Платим аренду, вся касса наша.
2. Не платим аренду, касса пополам.

Могут быть производные варианты, но чаще всего так. Главный минус сотрудничества с государственными театрами — ты, как правило, играешь в мертвый день. В понедельник, например. Впрочем, это не единственная проблема, список бед может быть неисчерпаем.

**Оно еще
не произошло,
а энергия уже
вырабатывается.**

С ЧЕГО НА САМОМ ДЕЛЕ НАЧИНАЕТСЯ ТЕАТР

«Наш Художественный театр»

отличается от многих других театров тем, что в нем спектакль начинается с момента входа в здание театра».

Из письма Константина Станиславского цеху гардеробщиков МХАТ, 1933 год.

Один из продюсеров фестиваля «Республика KaZантип» мне однажды рассказал: «Фестиваль для нашего гостя начинается с того момента, как только он пересекает порог своего дома в первый день отпуска и отправляется в путешествие». С театром то же самое. Он начинается не с гардероба, а с того места, откуда человек начал свой путь на спектакль. Билет был куплен в три клика и сразу же появился в почтовом ящике. К нему прилагается простая инструкция: прийти за полчаса, надеть удобную обувь, дождевик дадим на месте на случай дождливой погоды. Наступает момент предвкушения.

Я договорился с сервисом такси: наши гости скачивали приложение, вводили промокод RemoteX и получали поездку до 500 рублей бесплатно. Этого достаточно, чтобы добраться до Миусского кладбища, если вы едете не из Выхино.

Миусское кладбище —

одно из 73 кладбищ Москвы, находится в районе Марьиной Рощи по адресу: улица Суцевский Вал, строение 19. Основано в 1771 году во время эпидемии чумы. Здесь захоронены князь Владимир Голицын, революционер XIX века Перикл Агриропуло и писатель Кир Булычев.

Remote Moscow

тип: Remote Moscow
номер: 554177573026730
кладенец: Павел Ровес
организатор: ИТ Еленин Офис Константин
создан: Опубликовано 2000 г. 17 июля 2015, 01:10

25
июля
Суббота
11:00

Москва, Экскурсия начнется на Миусском кладбище, между Саввинским кладбищенским адрес: (для новаторов и поиска в картах) ул. Суцевский Вал, вл.19 Скор у центрального входа на кладбище.

Спонсоры: OBM, Village, и другие.

ВАЖНО!

- После оформления (приветствие и проверка) необходимо пройти по QR-коду до восточного входа на 500 рублей, который позволит вам комфортно добраться до места сбора.
- Экскурсия начнется ровно в назначенное время. Опоздание не будет рассматриваться. Данные отменяются на возвращение. Билеты не возвращаются на другие даты.
- Экскурсия будет длиться 90 минут без перерыва. Мы не будем останавливаться у туалета и питьевых автоматов.
- Экскурсия проводится в сухую погоду. Если пойдет дождь, экскурсия отменяется. Если пойдет снег, экскурсия отменяется.
- Экскурсия проводится для тех, кто умеет читать и писать. Если вы не умеете читать и писать, экскурсия отменяется.
- В случае отмены экскурсии (по независящим от организатора причинам) билеты не возвращаются.
- После отмены билетов (по независящим от организатора причинам) билеты не возвращаются.

Этот электронный билет является подтверждением вашей оплаты участия в мероприятии. Обращаем внимание, что с собой на мероприятие (в мероприятие) необходимо иметь: паспорт, подтверждающий действительность для поездки на мероприятие (1 год). В случае использования электронного билета для поездки (по подтверждению) на мероприятие, необходимо иметь паспорт.

Агент не несет ответственности за достоверность информации о мероприятии и о месте проведения мероприятия. Все ответственность за достоверность информации, организаторов и проведение мероприятия, а также за внешний вид и статус мероприятия, передается на место мероприятия, а также на организатора мероприятия.

Полная информация о мероприятии доступна на сайте <http://www.remote-moscow.ru>

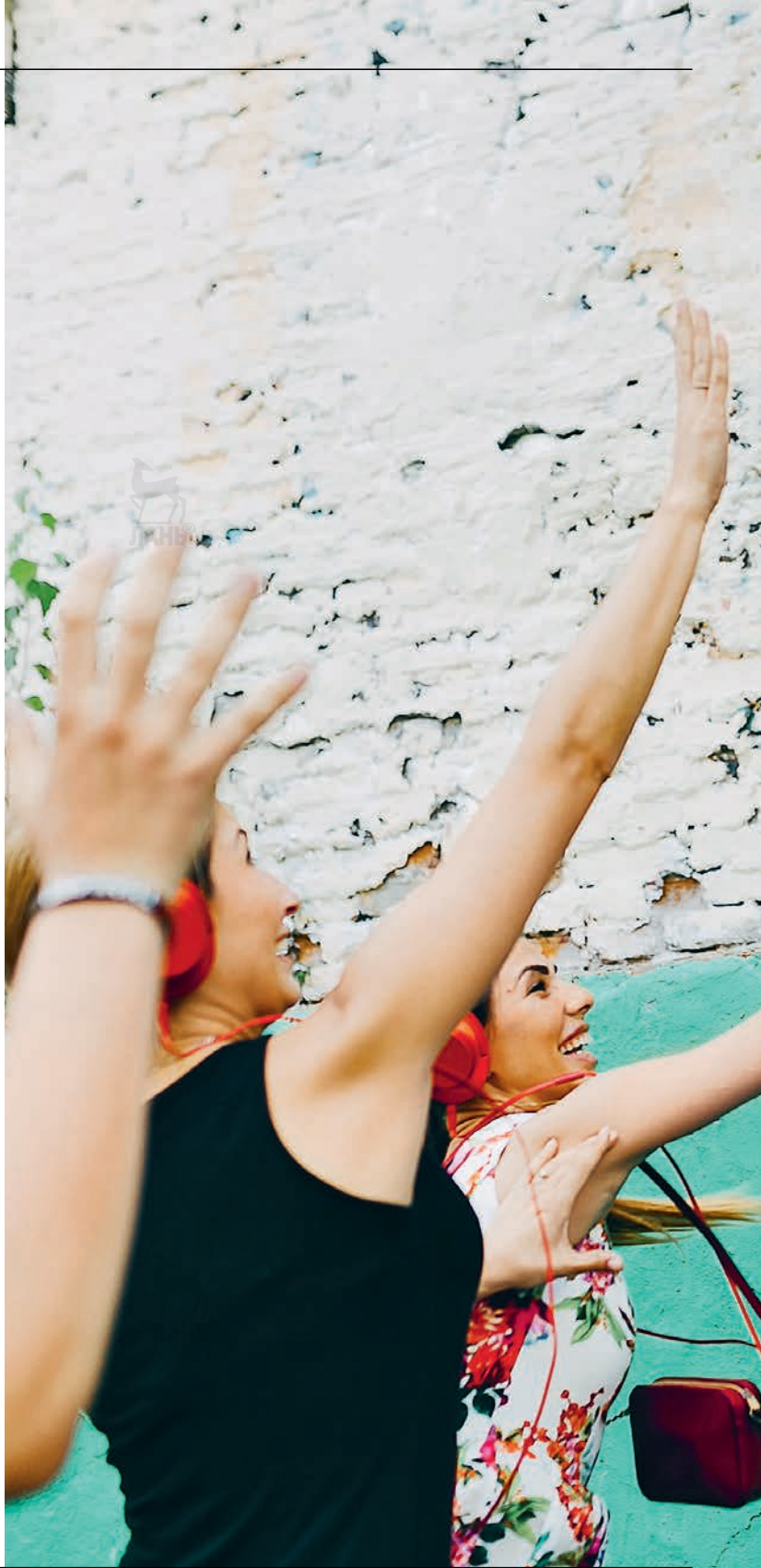
Билетный агент — Ticketful
ОАО "Тикетфул" ИНН 5017017730 ОГРН 1050501773026730
17-07-2015, 01:10 (17-07-2015) Кладенец: Павел Ровес
17-07-2015, 01:10 (17-07-2015) Адрес: Москва, ул. Суцевский Вал, вл.19
17-07-2015, 01:10 (17-07-2015) Адрес: Москва, ул. Суцевский Вал, вл.19
17-07-2015, 01:10 (17-07-2015) Адрес: Москва, ул. Суцевский Вал, вл.19
17-07-2015, 01:10 (17-07-2015) Адрес: Москва, ул. Суцевский Вал, вл.19

1600730267302

Билет на «Remote Moscow» образца 2015 года

Продажа билетов не всегда возвращает вложенный капитал, чаще нет. Вырученные деньги покрывают текущие расходы на аренду оборудования, реквизит, зарплату и так далее. Станиславский говорил, что на театре заработать невозможно. Задача театрального продюсера — доказать, что Станиславский был не прав

Профессия продюсера заключается в легальной поставке качественных новых впечатлений. Мы торгуем качественным дофамином. Обращайтесь.





К ВОПРОСУ О ДОФАМИНОВОЙ ЗАВИСИМОСТИ



ЧИТАЯ, СЛУШАЙ

Дельфин — Дилер

«Студия театрального искусства» —

московский авторский театр Сергея Женовача. Вектор на классику русского реализма. В первую очередь нужно смотреть спектакли «Река Потудань» и «Захудалый род».

«Гоголь-центр» —

один из самых популярных московских театров. Основан Кириллом Серебренниковым в 2012 году на месте бывшего Театра им. Гоголя. В репертуаре — спектакли по классике, современным пьесам, экспериментальные и музыкальные зрелища. Главные хиты — спектакли Кирилла Серебренникова: «Мертвые души», «Машина Мюллер» и «Маленькие трагедии».

«Мастерская Петра Фоменко» —

авторский театр Петра Наумовича Фоменко. Театр поэтического реализма, интеллигентный, ироничный, интеллектуальный, ни на что не похожий. После ухода Фоменко из жизни театром руководит его ученик Евгений Каменькович. Главные спектакли: «Три сестры», «Семейное счастье», «Одна абсолютно счастливая деревня».

Хайнер Геббельс —

немецкий композитор и театральный режиссер. Автор множества экспериментальных постановок на пересечении музыкального концерта, мультимедийной инсталляции и драматического перформанса. Самые знаменитые работы: «Эраритаритжака», «Вещь Штифтера», «Когда гора сменила свой наряд».

До того как я стал заниматься театром, я был на хип-хоп-волне. Мне нравился русский хип-хоп. Баста, Гуф — вот это все. Это своя культура, свое комьюнити, где все просто, внятно и качает. Впервые увидев хип-хоп в театре, я сказал: «Вау». Сработало художественное высказывание, эстетика внешней выразительности. Не мыслю своей жизни без картинок в интернете, без видеоклипов Гондри, без фильмов «Монти Пайтон». Я фанат изобретательности, когда художник в заданных рамках находит нетривиальное решение, преодолевает препятствие. Мне это понятно и интересно. Каждый день я смотрю по пять-шесть клипов. Стараюсь всякий раз находить новое, удивляться.

Юра Квятковский дал мне правильные ориентиры в московской театральной жизни. Отправил меня на спектакли Дмитрия Крымова, в «Студию театрального искусства», в «Гоголь-центр», в «Мастерскую Петра Фоменко», потом на гастроли Хайнера Геббельса и Робера Лепаж.

Что и говорить, я стал зависим. Нахожусь в постоянном поиске горы покруче, волны повыше — ищу новый театральный экспириенс, богаче, интереснее, необычнее. От новых впечатлений мозг вырабатывает дофамин, нейромедиатор, который управляет фокусом нашего внимания. Мы листаем Facebook в поиске нового, пробуем новые блюда в кафе — это все следствие дофаминового голодания. Вчера купил десятый айфон, сегодня уже хочется одиннадцатый. Первый раз поцеловался, ты хочешь еще и еще. И уже BDSM на горизонте. Каждый ищет, как может. Мы так эволюционно устроены, мы неизбежно находимся в постоянном поиске нового, чего-то, что нас удивит, заставит испытать свежие эмоции. У всех нас острая дофаминовая зависимость. Профессия продюсера заключается в легальной поставке качественных новых впечатлений. Мы торгуем качественным дофамином. Обращайтесь.

Робер Лепаж —

канадско-французский театральный режиссер. Знаменит активным вовлечением мультимедийных тех-

нологий в постановки лирических иллюзионов. Самые знаменитые работы Лепаж: «Ка», «Липсинк», «Обратная сторона Луны».

ОПЫТ ПЕРВОГО КОНТАКТА



ЧИТАЯ, СЛУШАЙ

Cops on Fire — Копы в Огне

Когда я решил стать продюсером «Копов в огне», то подумал, что неплохо было бы сообщить об этом собственно «Копам в огне». Парни из «Газгольдера» дали мне контакт некоего Котэ. Он дал мне телефон некоего Кота. А Кот в свою очередь сообщил, что ближайшая репетиция «Копов» состоится в студии на Бауманской и что меня там ждут.

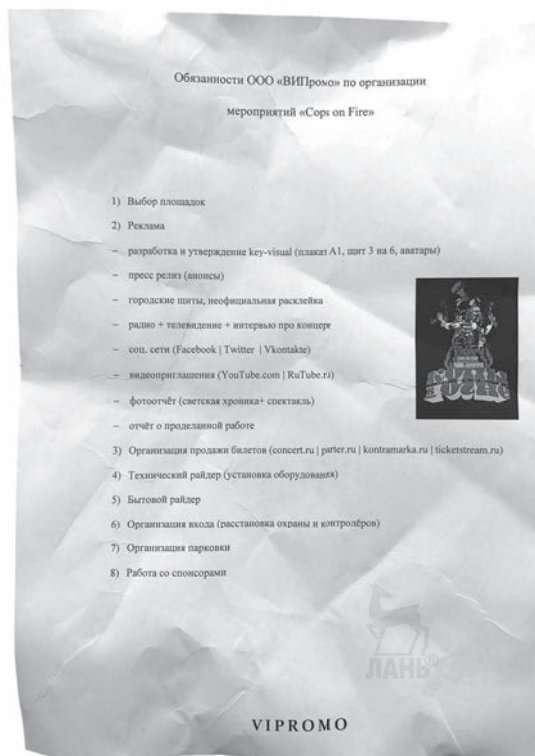
Я пришел, когда они уже заканчивали. Там были Kotzilla, Саша Легчаков, Миша Архангел, Лёша Розин и Юра Квятковский. Повез их в ресторан.

— Ребята, вот мы и встретились. Меня зовут Фёдор и я хотел бы с вами поработать.

Показал им лист А4 — список того, что могу им предложить.

Дернули водки. Юра Квятковский поднялся с места, торжественно оглядел команду и произнес: «Дорогие Копы, мои поздравления! Настал тот момент, когда у нас наконец-то появился продюсер».

В этот осенний день впервые в жизни я почувствовал, как крутится планета. Я стал театральным продюсером.



Тот самый лист А4





МЕХАНИЗМ РЕКОМЕНДАЦИЙ

Главной задачей на первой встрече с Rimini Protokoll было не просто знакомство, но и демонстрация желания и готовности работать. Я понимал, что для реализации такого проекта, как «Remote X», мне как минимум потребуются исполнительный продюсер и технический специалист. На тот момент я успел определиться только с исполнительным продюсером.

Мне нужен был помощник. Профессионал.

Ксения Аникеева —

театральный менеджер, исполнительный продюсер «Remote Moscow» и проектов «твоя_игра», «Smile Off», «Cargo Moscow», «Ложь», «Сокровенное». До проекта «Remote Moscow» сотрудничала с театром «Практика» и фестивалем «Текстура». Потом понеслось.

Хасл

(также «хастл», от англ. hustle, «толкотня») — парный импровизационный танец под современную музыку. В американском сленге используется широко в нескольких значениях: вести нелегальный бизнес, добиваться успеха, делать свое дело.

Человек, который был бы готов к постоянно меняющимся вводным данным, который умеет составлять сметы, графики, договоры, владеет письменным и устным английским языком, имеет опыт работы с театральными проектами, не задает лишних вопросов и готов включаться сразу же. Аркадий Угупник посоветовал обратиться к девушке, которая неоднократно спасала самые разные проекты от организационного коллапса. Знакомьтесь, **Ксения Аникеева** — исполнительный продюсер «Remote Moscow».

Чем шире твой круг знакомств, тем больше у тебя возможностей и шире спектр задач, которые ты можешь решать. А профессия продюсера предполагает максимально широкий спектр совершенно внезапных задач, поэтому человек не имеет права быть интровертом: нужно все время расширять свой круг общения. Золотой актив продюсера — его список контактов. Сейчас я могу посредством своего аккаунта на Facebook в течение нескольких часов получить ценные рекомендации по бесчисленному множеству разнообразных запросов — от «требуется специалист по арт-рынку в Сенегале» до «как достать беззубую змею в Гонконге».

Рекомендация — это всегда рабочий хасл.



КАК СДЕЛАТЬ ВИД, ЧТО У ТЕБЯ ЕСТЬ КОМАНДА

На момент первой встречи с Rimini Protokoll у меня не было никакой команды. Была только Ксения Аникеева, исполнительный продюсер, с которой я сам тогда только успел познакомиться. Технического директора и административный штат еще предстояло найти, а пока что на переговоры в Петербург я позвал с собой друзей, которые должны были просто сидеть, кивать, делать вид, что они профессионалы, и молчаливо давать подтверждеж. Когда мы встретились со Штефаном Кэги, режиссером и автором «Remote X», я так и представил ему собравшихся: «Вот технический директор, вот исполнительный продюсер, вот прочие специалисты». Они с удовольствием подыграли. Важно было показать, что у меня есть команда, что я не один. Потом, спустя еще несколько встреч, когда договор уже был подписан и когда уже сформировалось представление о масштабах и специфике предстоящего жулимэ, я стал собирать команду необходимых для проекта профессионалов.



ЧТО СЛЕДУЕТ ДЕЛАТЬ СПУСТЯ МИНУТУ ПОСЛЕ ПОДПИСАНИЯ ДОГОВОРА

В сентябре 2014 года мы подписали договор с Rimini Protokoll. У нас, разумеется, еще не было ни одной идеи, откуда взять деньги и с чего вообще начать, в команде было два человека. Я и Ксения Аникеева. Мы понимали, что проект сложный, многослойный, но это все же не масштабные гастроли Пекинской оперы. Речь шла о мобильной группе, состоящей из четырех иностранных творцов. Нужно было, чтобы они в несколько визитов сотворили спектакль и чтобы у них были для этого безупречные условия. Мы сели, подумали и написали

Таймлайн —

календарный план
выполнения задач.

таймлайн.

Дарья Вернер и Евгения Петровская —

театральные продюсеры, работавшие с театром «Практика», фестивалем «Текстура», сотрудничающие с Le Cirque de Charles la Tannes и «Мастерской Дмитрия Брусникина».

Значительно проще выстраивать трудовые отношения с людьми, когда есть понимание того, когда у нас должен появиться первый релиз, когда должен заработать сайт, когда мы начинаем делать билеты. Мы привлекли Дарью Вернер и Евгению Петровскую, востребованных пиар-специалистов. Мы сразу на год вперед обрисовали им, что и когда нам нужно. Они могли соответствующим образом распределять свое время и позволить себе работать параллельно на нескольких проектах. Не став при этом штатными сотрудниками и тем самым сэкономив наш бюджет.

2014

сентябрь

15



**Объявление
о спектакле**

Концепт

Концепция и релиз
Фирменный стиль
Презентация
Медиаплан
Сбор информации
по питерскому и др. спектаклям
План производства полиграфии
Смета на PR

Информационные

партнеры

Подготовка пакета

Производство

Создание аккаунтов
в Facebook и Instagram

Медиапланирование

Объявление о спектакле,
первое интервью Штефана
Рассылка релиза по глянцу
Еженедельные издания
Газеты и интернет
Кампания в соцсетях

октябрь

Концепт

План специальных акций

ноябрь

15

Открытие сайта www.remote-moscow.ru

декабрь

2015

январь

Информационные партнеры

Поиск и фиксация договоренностей

Проработка маршрута

февраль

март



апрель

10

Старт продажи билетов

май

29

Предпремьерный показ

30

Премьера

Медиапланирование

Рассылка релиза по глянцу

Производство

Полиграфия
Видеоролик



О ВАЖНОСТИ ИНВЕСТИЦИЙ ВО FLOW

Инвестировать деньги во flow — очень важно.

Делать вложения в налаживание контактов, выстраивание бизнес-этики. Причем ты не должен дарить цветы, устраивать пышные церемонии. Это должны быть какие-то логичные, но простые вещи. Например, встреча в аэропорту: ты можешь встретить гостя на обычном такси, а можешь встретить на такси марки «Мерседес». Отправишь простое такси — 1500 рублей. А можно заказать такси бизнес-класса, это будет стоить 2500 рублей. Но в результате гостю будет настолько комфортно, насколько это возможно в подобных обстоятельствах; результат вашего сотрудничества будет пропорционален объему инвестиций во flow.

Я сам нередко оказываюсь в роли гостя; нас приглашают с «Копами в огне», я как ведущий куда только не летал — на самые разнообразные события, лекции, фестивали, деловые встречи. Поэтому я понимаю, что прием — это важно. Бывает так, что ты оказываешься в аэропорту, где тебя вообще никто не встречает, например. Ты прилетел, берешь трубку и слышишь: «А что, вас не встретили? Ой, да, ой, это самое, ой, щас». Приезжает машина, садишься, водитель спрашивает: «А вам куда?» Объясняешь, вы наконец добираетесь до гостиницы. Оказывается, номер не забронирован. И тут ты понимаешь, что имеешь дело с недалёковидными людьми. Задача была простой: тело приехало, его нужно встретить, довезти до отеля, накормить, дать ему отдохнуть, и тогда оно выйдет и даст качественный результат. Так это устроено. Но когда я вижу, что люди не обращают на это внимания, у меня просто пропадает желание с ними работать в дальнейшем.

Когда я приглашаю человека на встречу, всегда заранее выбираю место, бронирую столик, угощаю. Ты пригласил — ты платишь, всегда. Нужно приводить своих гостей в проверенные места, где отличная кухня, где комфортная и подходящая для беседы атмосфера; такие места надо знать. Чтобы не ошибиться, нужно потратить время на ресерч:

Flow —

в дословном переводе с английского — «течение». Близкие значения: атмосфера, движение, процесс.

какие бывают рестораны, какие только открылись, куда лучше пойти в определенное время. И главное — понять, как их, своих подопечных, удивить.

Все это действительно важно, потому что это их жизнь. Жизнь артистов, режиссеров, авторов — это путешествия и общение с нами, с продюсерами и организаторами международных проектов. И город они видят таким, каким мы его им показываем.



**Результат вашего
сотрудничества будет
пропорционален
объему инвестиций
во flow.**

КАК СДЕЛАТЬ ХОРОШО ПРИ ПОЛНОМ ОТСУТСТВИИ ДЕНЕГ

Однажды Фли, басист Red Hot Chili Peppers, держа в руках новый инструмент, только что подаренный в знак признания какой-то музыкальной компанией, изрек мудрое наблюдение. Он сказал:



**«Не странно ли: чем больше мы имеем,
тем больше нам достается бесплатно».**

Бывают такие ситуации, когда площадки могут предоставить место для проведения мероприятия бесплатно, а в некоторых случаях еще и доплатить за приток публики на их территорию. Оборудование можно купить, можно арендовать, а можно получить в подарок, если производитель заинтересован в появлении своего бренда в культурном пространстве. Другое дело, что, как правило, такие опции доступны тем, у кого есть большой опыт и безупречная репутация.

Но бывают и исключения.

Премьеру «Копов в огне» в Российском академическом молодежном театре мы выпускали вообще при нулевом исходном бюджете. Сам спектакль был готов, но этого было мало. Нужно было собрать подряд два раза зал по 722 зрителя и сделать так, чтобы все 1444 человека запомнили это событие на всю жизнь и рассказали о пережитом опыте всем своим друзьям.

Когда мы пришли в РАМТ, сразу поняли, что нужно что-то делать с атмосферой. Там везде по умолчанию висели театральные фотографии, которые, скажем так, не вполне в «копской» эстетике. Нам сказали, что трогать их нельзя.

Тогда я просто решил выключить свет в фойе. Попросил в световом цехе красные и синие лампы, расставил их по лестнице. Так она превратилась в красную дорожку. Взял диджея, включили хип-хоп, нарядили персонал в «копском» стиле. В последний момент я нашел алкопартнера — водку. Они наливали коктейли. По сути, это мне не стоило ничего: лампы взял у театра, оборудование у меня было свое,

диджей Андрей Алгоритмик играл за респект, танцоры работали за проходки на спектакль. Когда люди приходят в театр, они хотят чувствовать себя комфортно. В РАМТе для этого все было, мы просто поработали над атмосферой. Приглушенный свет, хип-хоп, бесплатные вкусные коктейли. Мы сразу дали гостям понять, что тут все о'кей, можно расслабиться. Включился другой код поведения. Это был «копский» код.



**Золотой актив
продюсера —
его записная книжка.**

О'КЕЙ ПЛЮС

Сверхзадача продюсера — делать все о'кей плюс.

Арт-директор «Копов в огне» Саша Пас наглядно мне это продемонстрировал. Нашим партнером на премьере «Копов» в РАМТе был производитель водки. За сотрудничество я обещал им пару постов в Facebook. Не задумываясь, выложил фото бутылки и написал: «А на премьере будут наливать вот это». Через какое-то время смотрю — пост удален. Звоню Саше: «Пас, что за дела, где мой пост?» — «Слушай, Фёдор, ну зачем ты так прям выкладываешь?» — «А что не так? Я нашел спонсора, обещал им пост, вот он». — «Нет, ты знаешь, мы так не делаем. Сейчас, подожди». Через какое-то время вижу новый пост: на фотографии картонка, на ней нарисована бутылка. Просто он взял и добавил этой рекламе «копской» эстетики. Для меня это было откровение.



**Не торопись, возьми
трехсекундную паузу
и сделай о'кей плюс.**

О ЛЮБВИ

Продюсер! Все, что ты делаешь, — формирует твою репутацию. Ты можешь подкреплять ее какими угодно договорами, но, если ты работаешь нечестно, люди всегда будут об этом знать и не станут тебе доверять. А без доверия нет любви.





КАК ОФОРМИТЬ ВИЗЫ ИНОСТРАННЫМ ГРАЖДАНАМ С ЦЕЛЮ КУЛЬТУРНОГО ВИЗИТА

Консульский сбор

за оформление визы в Россию для граждан Евросоюза на 2018 год — €35 при обычном оформлении визы (10 рабочих дней) и €70 при срочном оформлении визы (три рабочих дня). Плюс может потребоваться оформление приглашения, за которое фирмы-посредники просят от 1500 до 8000 рублей в зависимости от срочности.

СТД РФ —

Союз театральных деятелей Российской Федерации. Общественная организация, объединяющая представителей театральных профессий, имеет отделения по всей стране. Цель — развитие театрального искусства в стране и поддержка театральных деятелей, нуждающихся в помощи. Существует с 1883 года, изначально как Императорское русское театральное общество. Президиум СТД находится в Москве на Страстном бульваре.

Александр Калягин —

актер театра и кино, народный артист РСФСР, художественный руководитель театра Et Cetera, председатель СТД РФ.

Чтобы организовать визит Rimini Protokoll, нужно было сделать въездные визы. Не туристические и не бизнес-визы — это все стоит довольно больших денег для иностранных граждан, — а культурные. По соглашению между Россией и Евросоюзом предусмотрено такое понятие, как культурный визит; это наш случай, и это бесплатные визы от многоуважаемых Союза театральных деятелей (СТД) и Министерства культуры Российской Федерации. Я обратился к своим друзьям, которые работают в СТД: Веронике Карауш и Мите Мозговому. Им понравилась идея реализовать «Remote X» в Москве; они познакомили меня с Еленой Цулая, человеком, который в СТД занимается приглашениями и визами. Ей тоже было это интересно, потому что она знала, кто такие Rimini Protokoll. Когда человек, который тебе помогает с бумагами, вовлечен в контекст, знает, что ты делаешь, о чем это и зачем, то КПД организационного процесса возрастает в геометрической прогрессии. Она встала в копию переписки, написала Rimini Protokoll обо всем, что от них требуется. Организовала все бумаги для консульства, сформулировала повод — «предварительный визит для организации городского культурного проекта “Remote Moscow” при поддержке СТД РФ». Тут же появился документ с синей печатью за подписью Калягина. На следующий день Штефан пошел в российское посольство и получил визу. В благодарность за эту услугу я лично привез Елене тортик и цветы.



МЕЖДУНАРОДНАЯ ПОДДЕРЖКА ТЕАТРАЛЬНОГО ПРОЕКТА

Pro Helvetia —

швейцарский совет по культуре. Основная цель — содействие обмену и созданию устойчивых международных культурных связей.

Гёте-Институт —

немецкое учреждение культуры, действующее во многих странах мира. Основная цель — популяризация немецкого языка за рубежом и расширение международного сотрудничества в области культуры.

Ты можешь иметь самый дорогой автомобиль с самой красивой леди, сидящей на соседнем сиденье, но, чтобы нажать на газ и поехать, тебе нужно топливо. В нашем деле топливо — это деньги. Это энергия. На момент подписания договора с Rimini Protokoll у меня не было денег. Мы с Ксюшей Аникеевой подали заявки на гранты — в культурные институты Швейцарии и Германии, чего прежде никогда не делали. Дело в том, что режиссер Штефан Кэги — швейцарец, а Rimini Protokoll — немецкая компания. И нам безумно повезло, мы получили эти гранты. Pro Helvetia и Гёте-Институт поддержали нашу инициативу. Так у нас появилось топливо, чтобы тронуться с места.

«При поддержке Гёте-Института и швейцарского совета по культуре Pro Helvetia» — звучит просто, но как все это организовать без соответствующего опыта, было не очень понятно. Известно, что мировая культура существует благодаря мощной системе грантов от разнообразных культурных фондов, фестивалей, академий и институций. На эти гранты живут едва ли не все художники, творческие группы, театры и, в общем-то, вся культурная среда планеты.

Во время своего предварительного визита Штефан Кэги спросил нас, как мы собираемся искать деньги на проект. Я ответил, что мы планируем обратиться в сторону бизнеса: жвачки, чипсы, кока-кола — потому что проект молодежный. Кроме того, я рассчитывал на свои средства или взять где-нибудь в долг. Выслушав, он посоветовал пообщаться с Pro Helvetia — швейцарским фондом, который активно поддерживает деятельность Rimini Protokoll по всему миру.

Мы связались с менеджером российских программ Pro Helvetia Марией Кармановской, она рассказала, как устроен механизм подачи заявок на грант. На сайте есть все формы, они на английском языке. Кроме того, нужно было заполнить сметы, а это требует времени — недели две. В процессе выяснялось, что мы все посчитали в евро, но совершенно не учли, что нужно было считать, естественно, во франках; в смете указали оборудование целиком как одну позицию,







тогда как для каждого механизма должен быть свой отдельный пункт. В этой смете нужно было подробно описать, на что тебе не хватает денег. Причем можно просить денег на все, что хочешь, по ходу дела тебя в любом случае откорректируют — это живой процесс. Мы, например, со своей заявкой попали в программу Swiss Made in Russia, в которой были свои приоритеты, совпадавшие с нашей затеей. Потом, если заявка одобрена, фонд перечисляет требуемую сумму частями. Де-факто Pro Helvetia всегда учитывает реальные нужды проекта и выплаты осуществляет так: сразу после подписания контракта, после премьеры и в конце, после сдачи полного отчета. В нашем случае сумма была разбита примерно на 50, 30 и 20% соответственно.

Ксения Аникиева: Из опыта работы на театральных фестивалях я знала о существовании Гёте-Института, который активно поддерживает интересные немецкие проекты в России. Мы связались с руководителем отдела культурных программ Астрид Веге, которая заинтересовалась нашим проектом, и дальше мы следовали инструкциям.

швейцарский совет по культуре
prohelvetia



ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ, БАРТЕР И ПРАВИЛО ХОРОШЕГО ВКУСА

**Самый очевидный источник
финансирования театрального проекта —
спонсорская/меценатская поддержка.**

Простой пример — история с фирмой Nike, участвовавшей в запуске «Копов в огне». Тогда мне помогли старые контакты. Резонный вопрос — откуда они берутся? Ответ — сами собой. У моего друга и коллеги Санчеса есть знакомая, с которой он учился в одном классе, она работала бренд-менеджером Nike. Я закинул удочку, отправил презентацию, мы встретились, обсудили. На встрече я рассказывал, что нам нужно и в каком объеме и что мы можем предложить взамен. Главный интерес для спонсора — аудитория твоего мероприятия. Задача продюсера — продать свой трафик.

Мы гарантировали толпу великолепных хипстеров, любителей хип-хопа и стрит-культуры. Эта публика совпадает с аудиторией бренда Nike, и они были заинтересованы в ее привлечении. В фойе мы устроили выставку кроссовок, в них же на сцене выступали Копы. В обмен на все это Nike согласился финансово вложиться в премьеру. Теперь мы также сотрудничаем с ними и в рамках проекта «Remote».

Когда нет денег, но есть классный продукт, часто работает бартер.

Есть идея — вовлекай людей.

**Чаще всего все решают деньги,
но бывают исключения;
иногда перевешивает интерес к идее.**

Сайт «Копов в огне» мне сделали абсолютно классные ребята из Deluxe Interactive Moscow. Я договорился в перспективе на 100 000 рублей и отдал в итоге билетами на спектакль.

Честно говоря, до сих пор 40 000 торчу. Мы встречались с Жорой, хозяином компании, я сказал: «Ну, Жор, “Ремонт” буду теперь тебе отдавать».

У меня сохранялись партнерские отношения с одной очень хорошей пятизвездочной гостиницей. Они когда-то селили моих иностранных гостей не за 20 000 рублей в сутки (столько стоят их номера), а за пять. В этот раз я к ним пришел и сказал: «Ребят, а вы можете стать моим партнером по проживанию? Я сделаю везде, где смогу, рекламу». Они говорят: «Да, конечно». А когда Штефан Кэги приехал, они вообще бесплатно его заселили. И он жил в свой первый приезд в Москву три дня в этой гостинице с завтраком, арфой и красной икрой.

**Деньги никогда не приходят сразу.
Деньги приходят всегда своим путем.
Пути денежные неисповедимы.**

Существуют агентства, занимающиеся поиском спонсоров и партнеров. Но агентствам нужен готовый крутой продукт, чтобы было что продавать. То есть независимо от обстоятельств, чтобы найти денег, прежде всего у тебя должен быть крутой продукт. Другое дело, что у всякого человека есть собственное, сугубо субъективное понимание того, что такое «крутой продукт». Чаще всего это вопрос хорошего вкуса. Хороший вкус — это такая вещь, которая развивается не на недельных курсах развития вкуса, а годами, десятилетиями.

Это каждый день Pinterest, каждый день YouTube, это посещение выставок, спектаклей, лекций; это постоянное общение, обратная связь. 24/7. Под конец дня у меня взрывается голова. Но это мой выбор. Моя голова.



Когда мы готовили книгу к печати, я объявил на своей странице в Facebook благотворительный аукцион. Лот — страница в книге, на которой мы опубликуем фото победителя. Им стал Дмитрий Пугашкин! Огромная благодарность Дмитрию за финансовую поддержку. Половину вырученной суммы по условиям аукциона мы перевели в фонд Константина Хабенского



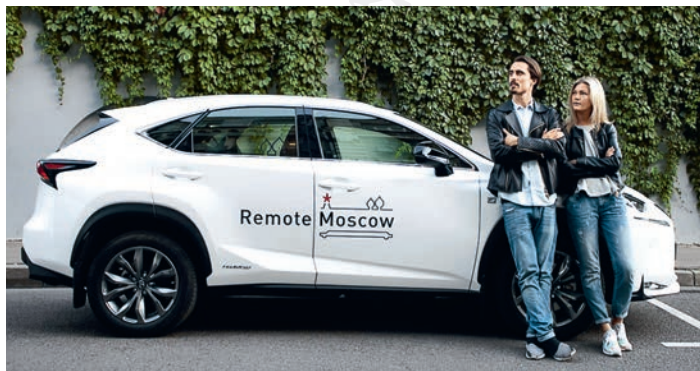
КАК ОБЗАВЕСТИСЬ ВЕЛИКОЛЕПНЫМ АВТОМОБИЛЕМ

Lexus Hybrid Art —

ежегодная международная выставка, демонстрирующая образцы взаимовлияния новых технологий и современного искусства.

В год, когда мы запускали «Remote Moscow», в кинотеатре на Пушкинской (сейчас это театр «Россия») проходила выставка Lexus Hybrid Art. Меня туда пригласили. Я ознакомился с экспозицией, обнаружил много забавных объектов, но больше всего мне понравилась машина, которую я там увидел, — Lexus NX300. Подошел к стойке информации, спросил, к кому обращаться по вопросам сотрудничества с компанией Lexus. Мне назвали двух прекрасных девушек: Елену Салахетдинову и Альбину Чамсулвараеву. Уличив момент, когда все отвернулись, достал свою записную книжку и вписал туда перьевой ручкой оба имени на всякий случай.

На следующий день я ехал в Никола-Ленивец на «Архстояние» (удивительный летний фестиваль, всем советуем) и по дороге нашел в Facebook Елену и Альбину, подружился и написал примерно следующее: «Здравствуйте! Меня зовут Фёдор Елютин, я занимаюсь театром. Был на выставке, увидел автомобиль. Мне как раз нужен такой, чтобы возить оборудование для технически сложного проекта «Remote Moscow». Хотелось бы с вами повзаимодействовать». Потом прислал презентацию со всеми подробностями, и через неделю у меня уже была машина, обклеенная стикерами «Remote». Кроме того, я предложил в обмен посты искренней благодарности в своих социальных сетях, персональный промокод на скидку и один корпоративный тур для их компании.



Наше сотрудничество продолжается уже четвертый год. У меня уже два автомобиля Lexus, поскольку мы увеличили количество туров вдвое. И каждый месяц мой Facebook сотрясается от слов любви к этому прекрасному бренду.

ЖУЛИМЭ

Протоптанная дорожка — путь в жулимэ. Хочешь знать, что такое жулимэ? Пройди по протоптанной дорожке. Ты в нем окажешься.

НЕМИНУЕМАЯ БЮРОКРАТИЯ

С самого начала в проект «Remote Moscow» я пригласил Юрия Марычева — известного в узких кругах специалиста по согласовыванию мероприятий. Поскольку согласовывать нам нужно было все с городом — мама дорогая. Сразу условились, что никому никаких взяток давать не будем. Все будем делать официально. Это позиция. С ним в тандеме Ксения Аникеева провернула бумажную эпопею, в результате которой мы согласовали маршрут со всеми локациями и инстанциями. Высокопетровская епархия, ЦУМ, ГУП «Ритуал», дирекция Савёловского рынка и потом префектура ЦАО, ГУВД, МВД и еще много разнообразных учреждений. Префектура, например, по закону должна отвечать в течение месяца на любое письмо, какую бы ерунду ты им ни отправил. Но через месяц, даже если тебе кажется, что ты все правильно и аккуратно оформил, они могут ответить, что ты поставил не в том месте точку. Да, нужно было все переделывать по десять раз. «Ф. К. Елютин» на «Елютин Ф. К.», к примеру. Но этот опыт позволил нам подготовить бумаги в должном виде для второго сезона за полгода до запуска.



ШЛАГБАУМ

пьеса

Путешествие «Remote Moscow» — это довольно большой маршрут, включающий в себя несколько опорных мест действия посреди города: кладбище, вагон метро, бульвар, оживленная площадь и так далее. Одной из таких локаций должна была стать парковка торгового центра. Даже был написан соответствующий эпизод, от которого в итоге пришлось отказаться.

Дело в том, что наши идеальные планы не всегда выдерживали столкновение с суровой реальностью. Мы не смогли договориться с руководством торгового центра. Я к ним пришел с цветами, бутылкой великолепного напитка и открытым сердцем, встретил же холод, непонимание и отказ. Вот как это было.

Пьеса

Женский голос (с трагической интонацией и подчеркнуто устало): Можете объяснить, в чем проблема? Вы собираетесь за углом. Пройдите по прямой. Зачем к нам заходить?

Импресарио: Я вам объясню, как у нас технически все устроено. Прописывается аудиофайл. Написан сценарий. Я могу вам показать, какие слова говорят. У нас есть маршрут. Точки переключаются по геолокации.

Женский голос (подчеркнуто устало, но с любопытством): Для кого этот маршрут? Для кого?

И м п р е с а р и о: Для людей, которые проходят экскурсию.

Ж е н с к и й г о л о с (потеряв интерес):
Значит, здесь будут толпы людей.

И м п р е с а р и о: Нет, не будет тут толп.

Ж е н с к и й г о л о с (с трагической интонацией и претензией; далее интонация не меняется): Маршрут прокладывается для массы народа. Нам тут, на нашей парковке, массы народа не нужны. Понимаете?

И м п р е с а р и о: Эти люди не будут вам никак мешать. В префектуре этот вопрос решали просто — если зона является проходной, значит, можно проходить. Я вам все документы показываю. У меня есть сайт. То есть это все официально — городской культурный проект. И я вас вообще никак не буду тревожить.

(Пауза.)

М у ж с к о й г о л о с: Ну, это вообще... Это получается... Я понял! Онлайн-игра как бы получается, правильно?

И м п р е с а р и о: Не совсем игра. Люди ходят своими ногами, тут нет театра. Театр на улице происходит. Мы сегодня в пять часов начнем эту экскурсию, можете пойти с нами, посмотреть, в этом нет ничего страшного, нет ничего оккультного. Я вас приглашаю. Это просто новый театральный проект, который сделан для молодежи.

М у ж с к о й г о л о с (с досадой): Ага, молодежь... Мы против, всё. Что я могу еще сказать? Наше мнение сложилось. Если бы вы мимо нас собирались пройти и не собирались на кладбище, может, мы и разрешили бы. А у меня уже негатив возник. Из-за того, что вы на кладбище собираетесь. Это не игра, чтобы на кладбище собираться.

И м п р е с а р и о: Мы не играем на кладбище. Мы с уважением относимся к кладбищу.

М у ж с к о й г о л о с: Я не знаю, что у вас... то есть почему... это все... на кладбище.

Я не хочу это знать. Не хочу, короче, всё. Мы не хотим. У нас здесь собственник запрещает любые мероприятия, да?

И м п р е с а р и о: Друзья, я просто прошу...

М у ж с к о й г о л о с: Просто вы к нам обращаетесь, а мы не хотим. Отказываем. Поэтому ходить здесь не надо. Почему именно через нас, что вас здесь привлекает, именно здесь, а не где-то?

И м п р е с а р и о: Хотите, я могу дать вам рекламные возможности, которые пропиарят ваш торговый дом?

М у ж с к о й г о л о с: Нет, не надо рекламировать.

Ж е н с к и й г о л о с: Вы ходите вокруг — здесь между зданиями, вот там и прокладывайте свой маршрут.

М у ж с к о й г о л о с: Это все непросто. Сделать так, как вы хотите. Нам вот просто не нравится, когда вы там собираетесь. Мне не нравится вот это, вся система. Знаете, что мы не понимаем? Мы считаем, что это, лучше как бы... То, что мы не понимаем, да? Смотрите. Вот у вас там онлайн-игра какая-то. Какой-то голос.

И м п р е с а р и о: Не онлайн. Просто голос ведет, вот и все. Я могу это показать сегодня, всего лишь десять минут — и вы поможете человеку. **Вас просят о помощи.**

М у ж с к о й г о л о с: Я не знаю, может, это у вас секта какая-то.

И м п р е с а р и о: Вы можете послушать, чтобы понять, что это никакая не секта?

Мужской голос: Нет, нет, не хочу. Что-то мы ничего не воспринимаем. Вот если у вас проблем нет с соседями, проходите там. Я не знаю, что вы у нас... почему к нам хочется, именно здесь ходить? *(Показывает план.)* Вы вон, проходите, и если по нашей, то по общей территории.

Женский голос *(разглядывая план)*: Треугольник, там катет. Здесь гипотенуза.

Мужской голос: Здесь вход к нам на парковку, здесь вторая дорога, которая идет вокруг нашего центра с другой стороны, к метро. Здесь стоят, вот — наши соседи. Здесь другие соседи. Одинаковое расстояние, здесь даже длиннее, чем там. Но вы идете по территории общего пользования. Вот здесь вот. Внутри тоже. Но вы не идете по нашей стоянке. Расстояние одинаково!

(Пауза.)

Импresарio: Но вот вы сказали, что вы до конца всего этого не понимаете. Я предлагаю сегодня вам потратить десять минут своего времени...

Мужской голос: Я сказал, что мы не будем больше ничего понимать. Потому что я понимаю одно. Что вы можете пройти одним кратчайшим путем. Что именно вас привлекает у нас, я этого пока понять не могу. Кратчайший путь, я вам нарисовал. Вы выходите так же, в ту же точку, которую выходите от нас. Вот только один момент непонятный.

Импresарio: Но, как вы считаете, если ЦУМ, центровая самая площадка, согласовали — они, наверное, тоже что-то понимают? Они идут нам навстречу.

Женский голос: Ну и что?

Мужской голос: А мы не понимаем. Здесь машины, за которые мы отвечаем, и любая

акция, которая может привести к последствиям, которых мы не знаем, не может быть разрешена здесь. Соответственно, мы уже провозируем здесь какую-то возможность дестабилизации. То есть как бы понятно, да. Наша охрана дополнительная. Нагрузка и так далее. Я не понимаю вас, честно. У вас там какие-то новые идеи. Вот.

Импresарio: А вы говорите, что новые идеи — это плохо в нашем мире?

Мужской голос: Ну почему? Ну, то есть если эти идеи кто-нибудь понимает — это ладно. Вот я одно только понимаю. Если мне сразу сказали «Собираются на кладбище, и начинается что-то», я бы ответил, что кладбище — это вообще святое место и не надо здесь игр онлайн каких-то устраивать. Там святая земля, в которой лежат спокойно наши предки.

Импresарio: Мы их не тревожим.

Мужской голос: Ну зачем вы собираетесь и какую-то акцию там делаете? Я считаю, уже вот это как негатив воспринимается. Для меня это так. Когда у вас даже написано «онлайн-игра» — не знаю.

Импresарio: Просто вы ходите, город становится лабиринтом. Москва — мой любимый город, и я хочу его развивать.

Женский голос: Развивайте на другой станции, да? В другом месте.

Мужской голос: Только я говорю, пройдете другой дорогой, я этого не понимаю, честное слово. Я вам объяснил мое мнение, да? Оно у меня непоколебимо просто. У нас. Из-за того, что существует этот самый момент. Если бы просто как-то позитивно было, а здесь уже негативно воспринимается. Может, у вас это и нормально. Ну, у вас... там. У вас, знаете, у всяких, у артистов и так далее, бывают такие

моменты, а знаете, есть флешмобы. Собираются, а потом иконы начинают бить. Бывает же такое?

Импресарио: Конечно, все бывает.

Мужской голос: Поэтому, знаете, очень осторожно к вам, к таким вот артистичным, да, продвинутым, надо относиться. Что угодно можно сделать.

Импресарио: Я православный человек, я крест ношу. Иконы не бью.

Мужской голос: Вот. Я говорю, что бывают же такие.

Импресарио: Бывают. Но я не из этих людей. Я вам могу сценарий показать, там ни одного плохого слова нет.

Мужской голос: Понимаю. Но мы пока очень аккуратно к этому относимся и боимся.

Импресарио: Я понимаю. Поэтому и хочу с вами согласовать, чтобы вы лично все поняли, что все хорошо.

Мужской голос: Нам не нужно здесь данное мероприятие, мы не хотим. Мы здесь ведем хозяйственную деятельность и поэтому к этим вещам относимся очень предсудительно. К тому, о чем что сами не знаем.



Ошибка была в том, что мы не перепроверили предварительные договоренности.

В одном и том же здании находятся два учреждения с одинаковыми названиями и разными приставками к названию. «Торговый центр» и «Торговый дом». У нас были договоренности с одним, а за неделю до премьеры оказалось, что за открывание шлагбаума на парковке отвечает другой. Ответственные за шлагбаум (нем. Schlagbaum — «упавшее дерево») оказались непреклонны. В итоге нам пришлось переписывать часть сценария буквально за два дня до премьеры.

КАК ВЫБРАТЬ ПОДХОДЯЩЕЕ КЛАДБИЩЕ

Вначале было две точки: стартовая и финальная. Первая — кладбище. Последняя — крыша. На начальном этапе подготовки «Remote Moscow» мы получали от Rimini Protokoll имейл-инструкции, в которых пошагово объяснялось, что нам надо делать. Первой инструкцией было: «Найти начальную и финальную точки».

Когда Штефан прилетел на разведку на три дня, мы сразу отправились с ним к Новодевичьему монастырю. Я думал, что Новодевичье кладбище — идеальная начальная точка. Оно чистое и аккуратное. Всюду лежат селебритис. Люди приезжают, смотрят, фотографируются. По выходным, особенно летом, там невероятное паломничество туристов. Туда приезжают полные автобусы японцев, корейцев, китайцев. Штефан сразу сказал, что это фантастический локейшен, который нам тотально не подходит.

Я очень огорчился сначала. «Ну вот, я его на лучшее кладбище привез, а ему что-то не нравится» — такой был момент. А он говорит: «Ладно, поехали, посмотрим, что тут у вас еще есть». Мы сели на велики и погнали по набережной.

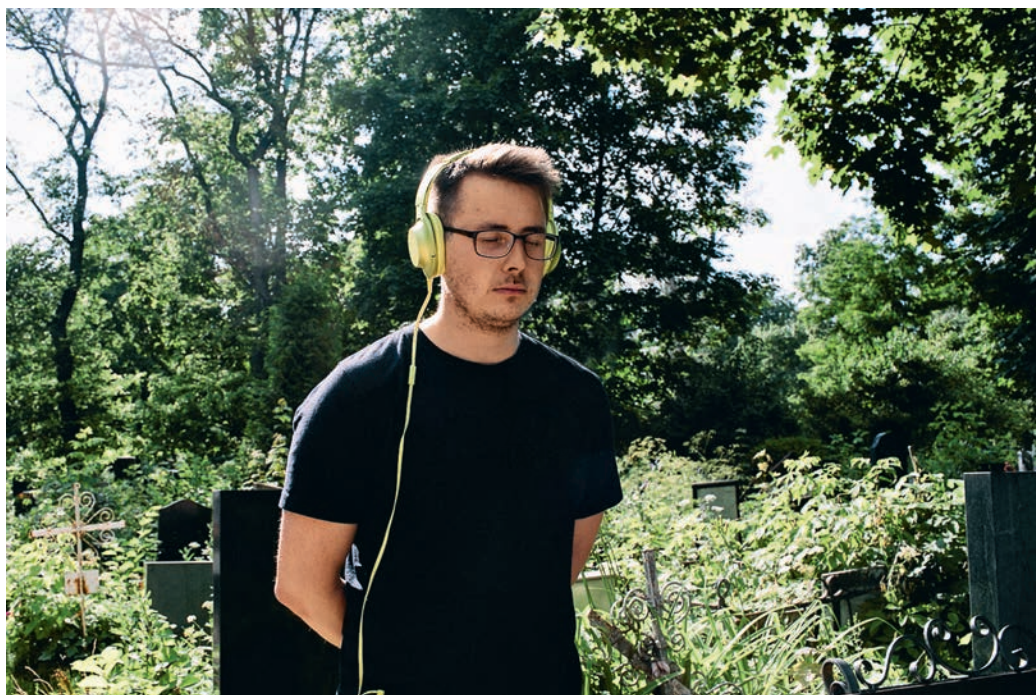
Приехали на Ваганьковское кладбище, опять — очень большой трафик. Пошли на Армянское напротив, интересное кладбище, невероятной красоты надгробия, могилы. Но снова не то. Мы были в замешательстве. Поехали к Донскому монастырю, там живописный пруд, но кладбище закрыто. Таким образом, мы осматрели все кладбища в пределах Третьего кольца, и ни одно нам не подошло.

В последний день от безысходности заглянули на Миусское кладбище на «Савёловской». Как только оказались у рынка, глаза у Штефана загорелись. А я, признаться, недолюбливал «Савёловскую». Ларьки, карманники, барыги, невкусная шаурма — все, от чего я пытаюсь максимально отгородиться. От грязи, от безвкусицы, от дурно одетых людей, от запахов, от куры гриль. От всего, что там есть. «Савёловская» — оммаж всему перечисленному.

Штефан Кэги: Да! То, что нужно. Супер! Настоящая городская жизнь. Вот она — Москва.

Импресарио: Штефан, это задворки, которые хочется прикрыть спиной, сказать, что нет всего этого в нашем замечательном городе.

И в этот момент я понял очень важную штуку. На «Савёловской», на Миусском кладбище — куда больше правды, чем на Новодевичьем. Да. То, что нужно.



ПОИСК ЛОКАЦИИ: ПРОВАЛ

Первую точку мы определили: Миусское кладбище. Драматургия «Remote X» устроена так, что маршрут всегда прокладывается от окраины города к центру. Таким образом, мы понимали, на каких станциях метро мы можем выйти, если старт у нас на «Савёловской» и в метро мы должны провести не более 15 минут. Мы можем выйти на «Цветном бульваре», на «Чеховской» или «Боровицкой». То есть выбор у нас ограничен несколькими станциями Серпуховско-Тимирязевской ветки.



Мы отправились искать лучшую крышу в районе этих станций метро. Это должна была быть крыша высокого здания в центре Москвы, куда нас пустят и на которой легко поместятся 50 человек. И еще там должна была быть техническая возможность незаметно проложить трубу, из которой в финале выдвываются облака.

Я думал, что обязательно нужно, чтобы здание было театральным. Потому что все спектакли проекта «Remote X» заканчиваются на крышах театров. Поэтому изначально я пробовал договориться с Театром наций, МХТ им. Чехова, Театром им. Маяковского, Театром им. Пушкина и так далее. Не вышло.

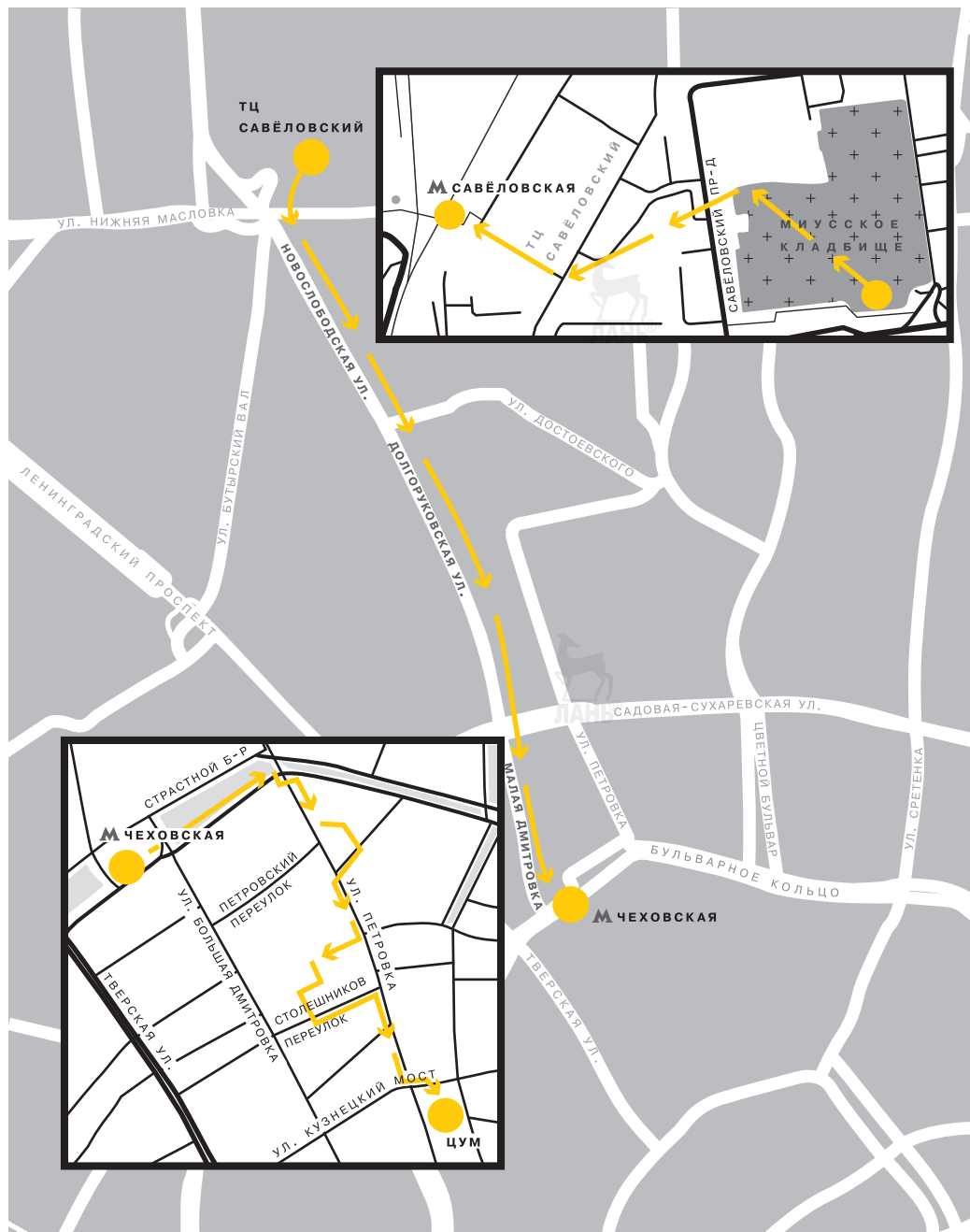
И я вспомнил свои удивительные приключения в поисках сцены для спектакля «Копы в огне».



ЧИТАЯ, СЛУШАЙ

Ирма Сохадзе — Зачем

И м п р е с а р и о (*едет в машине по Садовому кольцу один и размышляет вслух*): Календарь сообщает, что сейчас тот самый — непростой и сладостный 2010 год. Я ищу площадку для самого лучшего спектакля в городе — для «Копы в огне». Прихожу в театры, предлагаю им деньги за аренду сцены. Почему же мне отказывают? Я ведь не для ярмарки шуб прошу предоставить место. Похоже, дело в том, что спектакль очень для их публики дискомфортный — так они полагают. В спектакле есть мат, их это пугает. Они боятся, что Джо Молекула и Джигурдамарисс испортят им репутацию классического театра. Они стремятся своей классической деятельностью не производить лишних шумов. А «Копы»



Карта маршрута «Remote Moscow»

максимально шумные. Публика штурмует, музон качает, пресса вокруг — по-тихому такое мероприятие не провести. Но дороги назад нет: из «Газгольдера» я уже ушел, наивно поверив, что театр — мое новое направление. Парням всего наобещал, а сделать ничего не могу. Репутация под ударом. Последняя надежда — РАМТ. Если главный государственный молодежный театр нас не возьмет, то все, можно ставить крест на всей этой затее.

РАМТ, служебный вход, проходная.

О х р а н н и к: Вы куда?

И м п р е с а р и о: Здравствуйте, директор у себя?

О х р а н н и к: Вам нужен Мясников Карп Никитич, заместитель. Позвоните по номеру 888.

Охранник показывает на желтый дисковый телефон на стене.

И м п р е с а р и о (в сторону): Ок. (Набирает номер.)

Г о л о с в т е л е ф о н е: Алло?

И м п р е с а р и о: Карп Никитич? Добрый день. Хочу поговорить по поводу аренды площадки для мероприятия.

Г о л о с в т е л е ф о н е: Ну заходите.

Кабинет директора. Чай, конфеты.

К а р п Н и к и т и ч: Что у вас?

И м п р е с а р и о: У нас молодежный спектакль «Копы в огне», хип-хопера.

К а р п Н и к и т и ч: О, молодежь — это хорошо. У нас молодежный театр как раз. Давайте я приду посмотрю.

Спустя неделю.

К а р п Н и к и т и ч: Фёдор, спасибо! Мне все нравится. Я думал, у вас все бесноваться будут, курить, рисовать на стенах, а у вас все чистенько, аккуратно. Очень хорошая публика. Я считаю, что этот спектакль можно сыграть на сцене РАМТа — договоримся.

И м п р е с а р и о: Какие вы можете нам дать даты?

К а р п Н и к и т и ч: 24 и 25 января.

И м п р е с а р и о (в сторону): Это же понедельник и вторник,

самые унылые дни самого унылого периода в году. (*Карпу Никитичу.*) Супер! То, что надо! Спасибо! Можно я возьму еще одну дату в феврале? Например, 14-е, День всех влюбленных.

Карп Никитич: 14-е Табаков забрал. Есть 15 февраля.

Олег Павлович Табаков
(1935–2018) — великий человек. Никто в России не сделал для театра столько, сколько он. Бесконечное уважение и вечная память.

Я подумал: «Какого черта, Табакову своих двух театров мало?» Подумал, но не сказал. Не все, что думаешь, следует произносить вслух. И писать в книгах.

Импресарио: Беру и 15-е. Заверните, пожалуйста!



ЧТО ТАКОЕ БИЛЕТНАЯ КНИЖКА

Декабрь 2010 года. Кабинет Карпа Никитича, замдиректора Российского академического молодежного театра. Импресарио только что заключил свой первый театральный контракт.

Карп Никитич: Как вы собираетесь билеты продавать?

Импресарио: А у вас как это устроено? *(В сторону.)*

Вообще никогда не продавал сидячие места. Концерты — да. Дискотеки — да. Театры — нет.

Карп Никитич: У нас есть билетная книжка.

Импресарио: Простите?

Карп Никитич: Сейчас принесу.

Приносит небольшой отрывной альбом с разноцветными листами, передает Импресарио.

Импресарио *(листает билетную книжку)*: А где слои защиты? Я же могу такой билет дома на принтере распечатать. Один кто-нибудь купит, придет домой, отсканирует, завтра к вам толпа с такими же билетами придет. Как у вас это работает?

Карп Никитич: Ну как. Вот идете в кабинет 228, платите Нине Ивановне 420 рублей, она все это расчертит. Но она сейчас на обеде.

Импресарио: А можно я как-нибудь через интернет продам?

Карп Никитич: Да как хотите, мне все равно. Потом расскажете, как это работает.

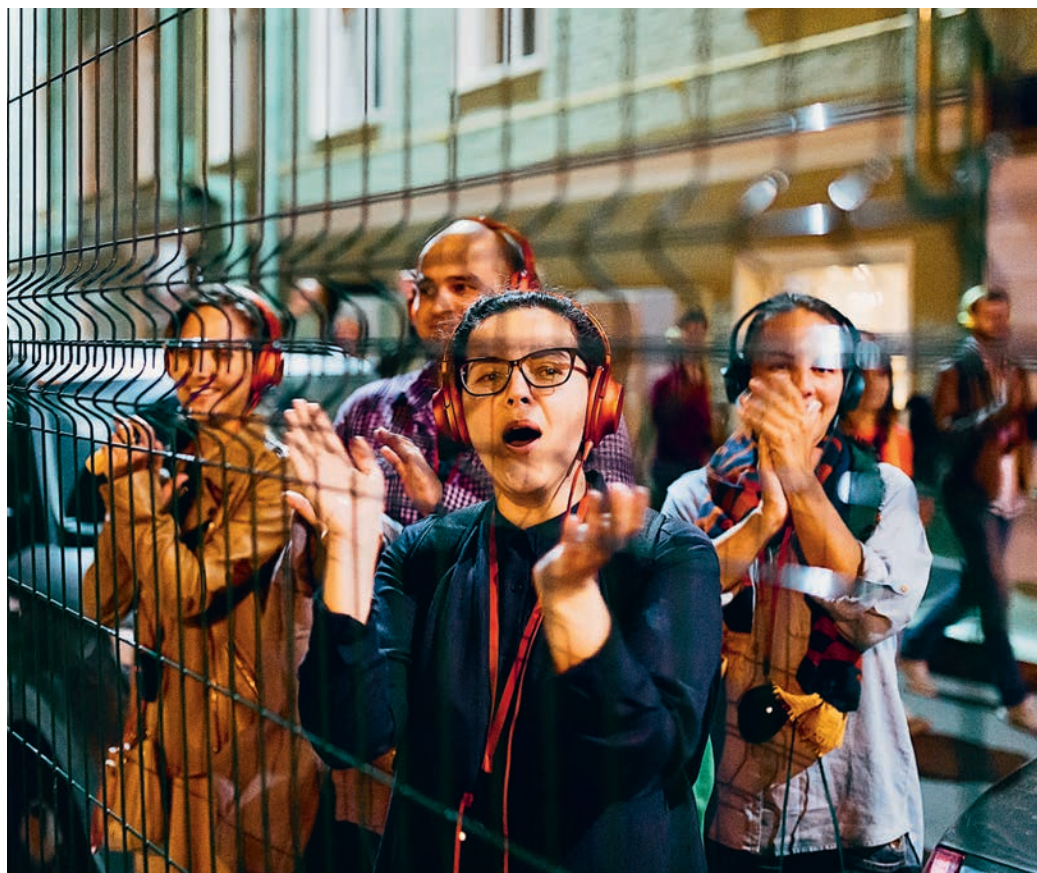
Импресарио *(потрясывая билетной книжкой в воздухе)*: Я пока возьму это себе на всякий случай, хорошо?

Карп Никитич: Но обязательно верните, это казенное имущество.

Возил эту штуку в машине недели три, потом отдал обратно. Потому что непонятно вообще, что с этим делать.

**В XXI веке продавать билеты, минуя кассу,
только через интернет — это норма.**

При подготовке этой книги мы хотели сфотографировать ту самую билетную книжку, чтобы предъявить этот удивительный объект культурного наследия читательским массам. Но оказалось, что в РАМТе ей уже не пользуются и давно ничего похожего на билетную книжку у них не имеется. Попытки обнаружить артефакт в других государственных учреждениях культуры так же не увенчались успехом. И стало понятно, что билетная книжка Карпа Никитича была, возможно, последней в своем роде. И что мы являемся свидетелями и участниками тектонического сдвига в великой истории реализации театральных билетов в нашей стране.



КУПИТЬ БИЛЕТ ОНЛАЙН

Весной 2015 года моя команда размышляла над тем, как быстрее, дешевле и удобнее всего продавать билеты на спектакль «Remote Moscow». Мнения разделились. Кто-то был за интернет only, кто-то требовал бумажного носителя и уличных касс. Начали узнавать, у кого какие условия и каковы проценты с продаж.

МДТЗК —

Московская дирекция театрально-концертных и спортивно-зрелищных касс.

Тогда еще существовали повсеместно легендарные киоски МДТЗК. Мы обратились по телефону, указанному у них на сайте.

Нас попросили написать письмо им на почту с нашим вопросом. Мы написали. Нам не отвечали неделю. Я через знакомых раздобыл телефон менеджера из МДТЗК. Результат: нас попросили написать письмо на почту с описанием проекта. Если не понравится проект — не будут продавать билеты.

Я спросил: если гипотетически МДТЗК кайфанет от проекта, сколько мне будут стоить их услуги? Ответ: 20% с билета. Двадцать процентов!

OneTwoTrip —

онлайн-сервис для организации путешествий, на котором можно, не отрываясь от экрана, бронировать номер в отеле, купить билеты на любые виды транспорта, арендовать автомобиль или приобрести тур.

Меня вдохновил пример Петра Кутиса, основателя сервиса OneTwoTrip, который однажды принял решение продавать авиабилеты только в интернете. Никаких касс и кассирш.

В итоге в первом сезоне мы продали 10 000 билетов в интернете.

Это я все к чему. Интернет настал, господа. Билеты хоть в театр, хоть в музей — только онлайн. Online only.



ПОИСК ЛОКАЦИИ: ТРИУМФ

Когда растаял снег и прилетели птицы, вместе с ними прилетел Штефан Кэги — это был первый его творческий визит, начало создания «Remote Moscow». Он хотел осмотреть город и определиться с местами действия и маршрутом спектакля. Мы подготовили несколько вариантов ключевой, финальной точки, которая по условиям проекта должна представлять собой крышу в центре города. Первым делом повели Штефана на одну из крыш в районе Чистых прудов — я вообще надеялся, что команде приглянется Китай-город в качестве основной локации. Мне нравится старая Москва, невысокая, здесь много интересных переулочков. Но ему та крыша и вид с нее не показались интересными: дома и дома, все.

Потом мы смотрели крыши «Фантомаса», Дома на Набережной, Дома Наркомфина. Все не то. Я хотел, чтобы подготовка к спектаклю шла инкогнито, а потом бабах — и вышла премьера, шок. Но довольно быстро понял, что так не получится. И принялся фейсбучить. Мне позарез нужна была подходящая крыша в центре города.



Фёдор Елютин добавил 4 новых фото — 😄 взбудоражен в
📍 Московская область.

2 февраля 2015 г. · 🌐

Друзья, для моего летнего театрального проекта Remote Moscow разыскивается КРЫША здания в районе метро Пушкинская, Кузнецкий Мост или Боровицкая!
Задача: с мая по сентябрь 2015 г. (каждую пятницу, субботу и воскресенье) 5-10 раз в неделю на эту крышу будут подниматься 50 замечательных человек буквально на 10 минут оглянуться вокруг и посмотреть на город сверху и тотчас вниз 😊
Крыша должна всех вместить. Высота не выше 5 этажа.
Если есть парочка грузовых лифтов - круто! Нет тоже ничего!
Лучше если это учреждение культуры, офис или какое-нибудь административное здание. В жилых зданиях бабушки могут не понять задумки автора!
Спасайте проект! С меня билеты, респекты и любовь!
Шарим! Репостим! Лайкаем! Подсказываем! Помогаем!
Спасибо!





Тем временем, не имея конечной точки, мы прокладывали маршрут. Было несколько вариантов. Мы уже определили, что выходим на Страстной бульвар, а дальше — идем в сторону Кремля. Можно было пойти по Дмитровке или по Петровке, можно было — с Дмитровки на Петровку по Петровским Линиям. И мы как-то по времени и километражу то и дело приходили к площади перед ЦУМом. Поглядывали на крышу ЦУМа — она была, конечно, идеальным вариантом.

У меня не было представления, как подступиться к этой крыше — с кем говорить, кому и в какой форме рассказывать про наш увлекательный проект, для которого нам нужна непременно она.

Стал забрасывать бесконечное количество удочек по всем мыслимым и немыслимым направлениям.

Написал всем письма с просьбой порекомендовать меня дирекции этой цитадели стабильности, достатка и изящества. Результатов не было два месяца. Тишина. Не было никакого ответа — ни да, ни нет. Я продолжал звонить и писать письма. Не имею ни малейшего понятия, что именно сработало, но в момент наивысшего отчаяния у меня в руках оказалась бумага со следующим содержанием: «Уважаемый Фёдор Константинович! Вверяем вам крышу». Печать, подписи.

Когда приехал второй режиссер Йорг Карренбауэр и мы отвели его на крышу ЦУМа, он не сказал, что она подходит. Он сказал: «Wow, shit! This is unbelievable!» Это был очень классный момент! Вот Кремль, вот — Большой театр. Не нужно быть москвичом, чтобы понять, насколько это круто.



ЗАЧЕМ ТЕАТРАЛЬНОМУ ПРОДЮСЕРУ ЗНАНИЕ ЯЗЫКА

Весь мир театрального менеджмента, все технические рай-
деры, все важные видеозаписи по профессии, вся актуаль-
ная информация от главных театров мира — на английском
языке. Театральный продюсер без знания языка, как узник
в кандалах, скован и уныл.



**Язык — это всегда ключ к двери,
за которой новые возможности,
новые миры.**

Английский сейчас позволяет открыть наибольшее количе-
ство дверей. Факт есть факт.





Remote  Moscow

Remote  Moscow

Remote  Moscow

Логотип «Remote Moscow» разработал Радик Т. Три варианта: с баяном, с рекой и главный — с лимузином. Rimini Protokoll не поняли, при чем тут лимузин. Спрашивают: «Что вы имели в виду?» Я не смог объяснить. Просто это про Москву: купола, Кремль, лимузин. Так исторически сложилось



ГЕНЕРАЛЬНЫЕ ПРИНЦИПЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ИМПРЕСАРИО С ДИЗАЙНЕРОМ

Я уже семь лет работаю только с одним дизайнером. Зовут его Радик Т., он вечный фрилансер. Никогда нигде не работает в штате, сейчас живет в Петербурге, сочиняет там шрифты. Сайт remote-moscow.ru — это квинтэссенция нашего с ним сотрудничества. Просто укомплектованная информация, ничего лишнего. И мы продолжаем движение в сторону упрощения. Идеальный сайт: «Путешествие по Москве для 50 человек. Купить билет». Все, больше ничего. Мы работаем над этим.

Взаимодействуя с дизайнером, я не сижу над душой и не тыкаю пальцем: «Здесь левее, здесь чуть ниже».

Никаких готовых решений.

Я даю направление: «Цвет проекта — желтый». И показываю, какой именно желтый, потому что понимаю, что между бежевым и лимонным существуют десятки оттенков. Дальше я даю творческое задание: «Логотип должен быть отражением Москвы». Потом смотрю на результат и говорю, в том это направлении сделано или не совсем; хорошо или не очень. Первый образец никогда не бывает последним. Когда Радик показал мне первый вариант дизайна «Remote Moscow», это было очень спорно.

Импресарио: Ну что это, Радик? Ты с ума сошел?

Радик Т.: Это перистиль. Ты ничего не понимаешь. Это сейчас актуально в Европе.

Следующий вариант был гениальным. Его мы и пустили в ход.





К ВОПРОСУ О ВИБРАЦИЯХ

Если ты не испытываешь вибраций, значит, что-то идет не так. Ты всегда должен быть полон сомнений. Будь уверен, но сомневайся. Подвергай сомнению все, но делай это ради того, чтобы созидать, а не разрушать. Я вижу много режиссеров, художников, продюсеров, которые не сомневаются.

Я вижу много дурного на сцене — в словах, в действиях. Очень легко загнаться, погрязнуть в повседневной рутине и не заметить этого. Необходимо постоянно проверять себя: я в норме? Все ли я правильно делаю? Сверять приборы. Твои приборы — это обратная связь твоих близких, родных, друзей, зрителей. Можешь никого не слушать, уйти в лес, жить в хижине. В таком случае нужно определиться, для кого ты работаешь. Если для себя — пиши в стол и кайфуй. Если для людей — слушай их, общайся с ними. Имей свое мнение, но умей услышать людей. Не стоит играть по их правилам, но можно пригласить их в свою игру. А для этого надо вибрировать.

**Необходимо постоянно
проверять себя:
я в норме?**



БАЗИСНЫЙ МОДУС ПОВЕДЕНИЯ ИМПРЕСАРИО В СТРЕССОВЫХ СИТУАЦИЯХ

Будь готов к тому, что на твой спектакль никто не придет.
Но вместе с тем будь уверен в обратном.
Команде нужна твоя уверенность. Хирург во время операции не комментирует свой поток сознания. «Друзья, возможно, мы сейчас потеряем человека». Нет. Он сосредоточенно делает все, что в его силах, и верит в успех.



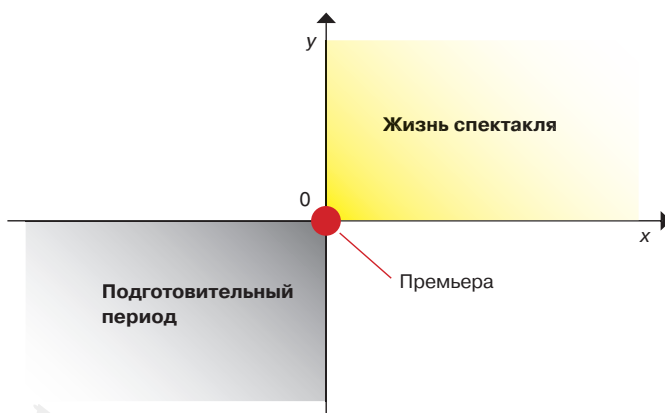
Работаешь для людей — слушай их.

ПРЕМЬЕРА КАК МАТЕМАТИЧЕСКИЙ НУЛЬ

Принято считать, что работа продюсера над театральным проектом заключается главным образом в поиске денег для режиссера. И что пик активности продюсера приходится на предпремьерные дни, когда необходимо обеспечить аншлаг и телевидение. После премьеры продюсер выплачивает всем гонорары, купается в шампанском, раздает интервью и/или скрывается от кредиторов. Разумеется, все совсем не так. Вернее, не совсем так.

Во-первых, премьера «Remote Moscow», как и премьера почти любого спектакля, — это не один показ, а довольно продолжительная и изнурительная серия. Во-вторых, с приходом первых зрителей работа продюсера только начинается, тогда как все предшествующие усилия были только подготовкой.

Представим себе нуль на оси абсцисс. Слева, со знаком минус — подготовительный период. Это планирование, фандрайзинг, фактчекинг и футфистинг. Справа, со знаком плюс — жизнь спектакля. Это все то же самое, только со зрителями. Посередине — нуль. Это и есть премьера.



БЕСПЛАТНАЯ БУЛОЧКА

Себестоимость коробка спичек, скажем, 10 рублей. Я просто включаю эту сумму в стоимость билета. Билет на «Remote Moscow» стоит 1500 рублей (во втором сезоне, когда цены на все вокруг выросли почти вдвое, мы повысили стоимость билета до 2000 рублей). В эту сумму входит стоимость булочки, компота, дождевика, билета на метро, стикера и спичек. Зрителю все это достается бесплатно, потому что он уже за все это заплатил.



**Мы держим вектор
на улучшение.
Не вижу никакого
другого смысла в жизни.**



ЗОЛОТОЕ УХО И ПАРТИЗАНСКИЙ МАРКЕТИНГ

Когда еще не было продано ни одного билета, мы подумали, что хорошо бы, чтобы к запуску у нас уже была какая-то сувенирная продукция. На тот момент главным визуальным образом проекта было ухо — оно красовалось на плакате, который нарисовал Михаил Ганушкин. И мы решили, что нам нужно золотое мини-ухо. Я познакомился со специалистом по значкам, работающим с Парком Горького, делавшим им всякие интересные сувенирные штуки. Отправил макет значка в виде уха, посчитали.

Подрядчику самому понравилась идея, это здорово. Ибо есть разница между творческой задачей и технической. Так мы получили классный значок в виде уха. Мы заказали 1000 единиц. Дарили важным гостям, партнерам и продавали как памятный сувенир по 300 рублей всем желающим.

Сработало блестяще. На ухе ничего не написано, и во многом поэтому такой сувенир привлекателен, его хочется надеть и носить. Такой предмет хорош еще тем, что он превращается в повод для дискуссии. Те, кто не в курсе, что такое «Remote» и при чем здесь вообще ухо, обязательно спросят тех, на ком значок: «О, а что это у тебя?» И тот расскажет ему про «Remote Moscow». Это лучшая реклама. К тому же благодаря этому сувениру за проектом закрепился образ уха. Мы открыли опцию партизанского маркетинга. Теперь я могу бомбить на стенах домов уши, и те, кто в теме, будут линковать месседж. Смарт-брендинг, так сказать.

Бомбить —

наносить графическое изображение на любую доступную поверхность в общественных местах города.

Линковать месседж

(от англ. to link и message) — считывать сообщение, распознавать смысл.

Смарт-брендинг

(от англ. smart и branding) — последовательное и планомерное создание узнаваемого бренда с применением неочевидных решений.



ЗАЧЕМ НУЖЕН МЕРЧ

Арт-директор решает не «что делать», а «что не делать». Как Микеланджело, который отсекает от куска мрамора все лишнее. Поэтому у меня, например, получился очень небольшой пул сувенирной продукции. А именно: спички, значок в виде уха и стикеры.



Главная задача для сувенирной продукции — привлекать внимание; это офлайн-ссылки.



♥ Нравится: 68



♥ Нравится: 59

darundel Я попал! И всем советую! Аудио-спектакль променада, который заставил меня сегодня проснуться рано и стремглав бежать в поисках Мусковского кладбища.

В каждом коробке среди желтых спичек есть одна красная. Заметит это не каждый. А тот, кто заметит, — выложит в Instagram. И в этом суть

Все, что мы сделали, — сработало. Во многом потому, что мы посидели, подумали головой чуть-чуть больше, чем, казалось бы, нужно, и вовремя отказались от затеи делать ручки, карандаши, кепки и футболки.

Обязательно должны быть какие-то бесплатные безделушки, которыми каждый будет пользоваться и получать удовольствие. Кайфовый карандаш — это всегда классно. Потому что кайфовым карандашом классно писать. В Лос-Анджелесе, в гостинице The Standart, я нашел лучший в мире карандаш. Он стал образцом, когда мы решили, что нам нужны сувенирные карандаши для «Remote Moscow». Но мы — и это было неожиданностью — столкнулись с тем, что в Москве нет подходящего производства. Чтобы произвести кайфовый карандаш нужного тебе цвета в нужном количестве, который хорошо пишет, который приятно держать в руке, из хорошего материала, у которого ластик на другом конце — действительно ластик, а не кусочек резины, — нужно потратить большое количество времени и сил. И мы решили временно отказаться от карандашей, футболок и фирменных пенсне.

ДОЛЖЕН ЛИ СТИКЕР КЛЕИТЬСЯ?

Стикер должен клеиться.

Это очень важно. Бывает такое, что ты заказываешь стикеры, а тебе привозят бумажки. Ты спрашиваешь: «Скажите, почему ваши стикеры — не стикеры, а бумажки?» Взрослые мужчины из типографии, оказавшиеся в такой ситуации, опускают глаза.

Совет от Елютина:
заказываете стикер — проверьте,
клеится он или нет.

Насколько бы очевидным вам ни казалось, что основная функция стикера — способность приклеиваться, в действительности мы можем столкнуться с людьми, которые убеждены в обратном.



Так работает стикер в том случае, если он клеится. Слева — первая версия; справа — стикер со второго сезона. Продолжение следует



UPGRADE

Я вижу много спектаклей, шоу, перформансов, глядя на которые понимаю: вот тут надо поменять иногда совсем мелочь какую-нибудь — вроде костюма или звукоаппаратуры, — и будет намного лучше.

Задача продюсера, имеющего дело с уже готовыми спектаклями, не лезть в материал, но по возможности его улучшить.

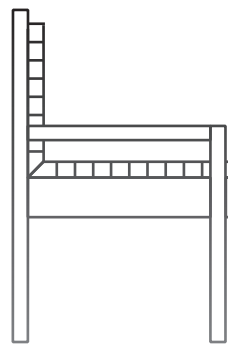
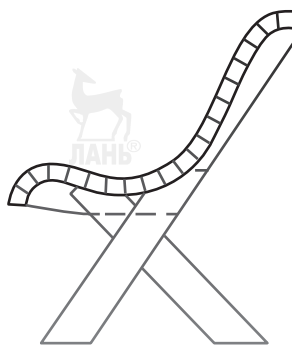
Вывести его на новый качественный уровень. Я не лез в готовый спектакль «Копы в огне», я не менял им текст, костюмы, декорации. Я просто улучшил то, что мог улучшить. Заменял дешевые микрофоны дорогими, чтобы было хорошо слышно, что парни читают; добавил звука, чтобы мощнее качало; добавил света. Получилось все то же самое, но чуть-чуть лучше. Новая упаковка. Спектакль стал симпатичнее, привлекательнее, для того чтобы его хотелось купить как можно большему количеству замечательных людей. Все эти небольшие апгрейды и позволили увеличить стоимость билета почти в два раза.

Прелесть проекта «Remote» (а это прелестный проект) в том, что его можно улучшать бесконечно. У нас есть возможность делать компот вкуснее, булочку мягче, купить удобную обувь персоналу — они много ходят, им должно быть комфортно. Мы держим вектор на улучшение. Не вижу никакого другого смысла в жизни, кроме как улучшать то, что можно улучшать. Поэтому я каждый день проверяю обновления приложений в телефоне. Мне нравится видеть, как люди работают над улучшением своего продукта.

Каждое обновление — это признание людьми своих ошибок и исправление. Очень важно признавать ошибки и работать над их исправлением, важно делать обновление каждый день. Какую бы вещь ты ни использовал на проекте, ты за нее полностью отвечаешь.

На Миусское кладбище приходят 50 человек, томятся в ожидании начала спектакля «Remote Moscow». А там всего две лавочки. Мы договорились с руководством кладбища, что установим еще пять лавочек, просто подарим им. Средняя цена на лавочку, аналогичную тем, что уже были установлены там, — 15 000 рублей. Но оказалось, что нужно просто потратить пару дней на поиски. В итоге я нашел сайт с отличными лавочками по 5000 рублей; их привозят уже готовыми, покрытыми лаком и устанавливают. И гости счастливы, и руководство кладбища поблагодарило. Попутно я узнал, что бывают лавочки с покатым сиденьем и с ровным; покато круче, потому что юбки на такой лавочке не мнутся. Мелочь, но мне кажется это важным — наши гости могут отдохнуть на лавочке, в какой бы одежде они ни пришли.

Покатое и ровное сиденье





ВОЕННЫЕ И ИНЖЕНЕРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ НА СЛУЖБЕ СОВРЕМЕННОГО ТЕАТРА

Кейс, в котором мы перевозим оборудование «Remote Moscow», — на самом деле предназначен для винтовки М-16. Это не наши тайные наклонности, это техническое требование райдера Rimini Protokoll. Кейс обошелся нам в 40 000 рублей, он очень крутой. И в какой-то момент я подумал, что хорошо бы нам выдержать эту милитари-эстетику. Нужен был подходящий стол, на котором мы раскладываем наушники перед началом. Самые ходовые столы, использующиеся на киносъемках, ужасны — они в основном из алюминия. Я начал гуглить складные столы, нашел сайт умельца, который специализируется на изготовлении складных столов и называет себя русским инженером. Подходящий стол стоил 3000 рублей, но выглядел на миллион долларов. На следующий день инженер уже привез в офис два образца. Собрал. Мы выбрали тот, рядом с которым я смотрюсь лучше, и используем его до сих пор.



Отличный стол

КАК ПРАВИЛЬНО ХЕШТЕГАТЬСЯ

В финальной точке маршрута рядом с книгой отзывов мы установили таблички с иконками Instagram, Facebook и с хештегом:

#remotemoscw

Потому что люди фотографируют без перерыва и не знают, как правильно хештегаться. И это действительно работает.

За четыре сезона с нашим хештегом в Instagram было опубликовано 5700 фотографий.

Бесплатная и результативная реклама.

Одна из идей, которая сработала мощнее, чем ожидали, — **коллективное фото в конце каждого спектакля**. У каждой группы есть номер. В итоге люди себя находят на этих фотографиях, отмечают друг друга, делятся на своих страницах. После каждого спектакля из 50 человек как минимум десять себя отмечают, это видят их друзья, а те в свою очередь комментируют, и это уже видят друзья друзей и так далее.



ОБ УЧАСТИИ ВЫСШИХ СИЛ В ПОВСЕДНЕВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ИМПРЕСАРИО

Все, что мы сделали, — мы сделали с Божьей помощью. Без доли иронии. Вы можете напечатать флаеры и стикеры,

**но без Божьей помощи ничего не получится.
Кто-то называет это фартом, удачей.**

Однажды на Крещение позвонил мне друг и говорит: «Завтра в шесть утра выезжаем». Приехал, забрал мое брэнное тело и отвез купаться в проруби. А после подарил бумагу с молитвой оптинских старцев. Я говорю ему: «Сергея, я человек, далекий от всех этих ритуалов вообще-то». Он говорит: «Этой бумаге тебе будет достаточно». Очень простой текст, безо всяких древнерусских слов. И как-то так вышло, что каждый день лета 2015 года я начинал с прочтения этих слов.

Молитва оптинских старцев

Господи, дай мне с душевным спокойствием встретить все, что принесет мне наступающий день. Дай мне всецело предаться воле Твоей святой. На всякий час сего дня во всем наставь и поддержи меня. Какие бы я ни получал известия в течение дня, научи меня принять их со спокойной душой и твердым убеждением, что на все святая воля Твоя. Во всех словах и делах моих руководи моими мыслями и чувствами. Во всех непредвиденных случаях не дай мне забыть, что все ниспослано Тобою. Научи меня прямо и разумно действовать с каждым членом семьи моей, никого не смущая и не огорчая. Господи, дай мне силу перенести утомление наступающего дня и все события в течение дня. Руководи моею волею и научи меня молиться, верить, надеяться, терпеть, прощать и любить. Аминь.

FAQ КАК ЗАЩИТА ОТ ХЕЙТЕРОВ

Продюсер — адвокат спектакля.

Rimini Protokoll уехали, отдуваться оставили меня. Я выслушиваю претензии, критику, бесконечные вопросы. И у меня есть ответы.

Почему это — театр?

Потому что есть режиссер, есть саунд-дизайнер, есть публика и есть пьеса. Просто пьеса проигрывается не в зале, а в наушниках и на улице. Все это делает театральная компания.

Почему кладбище? Как так можно?

Кладбище — общественное место.

Почему 50 человек?

Это оптимальное количество людей; меньше — мало, больше — много. Группой в 50 человек возможно управлять.

Когда будет новый маршрут «Remote Moscow»?

Увы, никогда.

Для меня вопрос был снят, когда я зарегистрировал «Remote» на TimePad. Мне надо было выбрать между категориями «экскурсии и путешествия» и «театры». Я указал «театры» — и с тех пор это театр.

Театр. 2015. № 21–22.

Вне зависимости от того, что и как вы делаете, всем вы не угодите.

Haters gonna hate. Potatoes gonna potato. Я читаю комментарии, проверяю обновления по хештегам. Отвечаю, иногда вступаю в диалог. Потому что обратная связь важна и необходима во всех проявлениях. «Скучный спектакль» — пишут мне; я, разумеется, переживаю. Но понимаю, что переживание — это тоже часть процесса, издержка производства. С другой стороны, сам я, испытав на себе все сорта критики,

перестал публично критиковать коллег. Про себя я могу думать что угодно, но писать в социальных сетях что-нибудь вроде: «Сходил только что на отвратительный спектакль» — не буду, конечно. Буддисты говорят: «Критикующий моет чужую карму». То есть те, кто вас ругает, помогают вам: они принимают все ваши негативные проявления на себя. Важно об этом помнить и не мыть чужую карму.

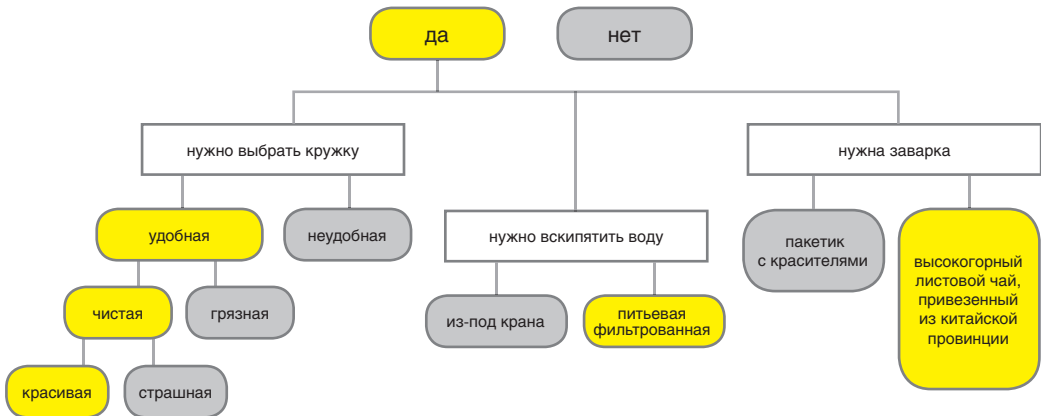


КАК СПРОДЮСИРОВАТЬ ЧАЙ

Когда я занялся продюсированием, я понял, что само это слово имеет несколько значений. Я могу сказать не «сделай мне чай», а «спродюсируй мне чай, пожалуйста».



Спродюсируй мне чай, пожалуйста



РЕЗУЛЬТАТ

Ты кайфуешь от этого чая.
Улыбаешься.

Ты понимаешь, что чай так себе.
Просто потому что кто-то не подумал,
что и такую мелочь, как чашка чая,
тоже нужно вдумчиво и ответственно
продюсировать.



НЕКОТОРЫЕ ПРИНЦИПЫ КОМАНДНОЙ РАБОТЫ

Не нужно раздувать штат. Хорошо, когда каждый загружен плотно, все время включен, добр. Каждый доверяет каждому, и наоборот. И вместе с тем ты должен быть готов к заменам. Как минимум одна из девушек в коллективе в самый неожиданный момент окажется беременной. А она может обладать выработанными специально для проекта навыками и обладать определенной информацией, чем не всегда возможно экстренно поделиться. Поэтому

**яйца нужно раскладывать как минимум
в две корзины.**

Задача команды — повышение эффективности и качества. Мы установили правило:

**на любое письмо, пришедшее на ящик «Remote
Moscow», мы отвечаем в течение пяти минут.**

У нас у всех есть приложение Gmail, мы синхронно получаем все новые письма. В черновиках у нас есть ответы-заготовки на все случаи жизни.

Продюсер — это единица, которая аккумулирует все то лучшее, чем владеет на данный момент и о чем знает; то, чем он хочет поделиться с людьми. Поэтому если ты владеешь позитивной энергией, вкусно пахнешь, опрятно выглядишь, если с тобой не скучно провести время, то люди будут к тебе тянуться. Так формируется команда. К тебе потянутся люди, которым интересен ты, и наоборот.

И если вдруг в один прекрасный день ты обнаруживаешь, что у тебя в команде все идиоты, значит, и ты сам идиот. Так бывает.

Нас не устраивает многое из того, что мы видим. Именно

поэтому мы создаем вокруг себя такую реальность, которая нам нравится. Мы работаем с теми, кто нас действительно интересует, мы создаем проекты, о которых мечтаем. В общем, делаем все для того, чтобы в первую очередь было интересно нам самим.



ТРИ АНАЛОГИИ БЕЗУСЛОВНОЙ ЗНАЧИМОСТИ НЕПОСРЕДСТВЕННОЙ ПРОДЮСЕРСКОЙ ПРАКТИКИ

1. Самое интересное происходит в бою. Сколько бы ты ни проводил времени с боксерской грушей, пока ты не выйдешь на ринг, не столкнешься с реальным соперником, ты ничего не поймешь. Ты можешь сколько угодно изучать соперника (анализировать целевую аудиторию), соблюдать диету (составлять сметы и календарные планы), но, не получив в нос (не сыграв премьеру), не победить.
2. Самые точные расчеты — в космической промышленности. И даже в этом деле, не допускающем малейших неточностей в проектировке, каждый десятый запуск ракеты оказывается аварийным.
3. Человек впервые в жизни идет на рынок с целью купить вкусный помидор. Допустим, он хорошо подготовился. Изучил принципы ценообразования, получил сведения о сезонах, об устройстве сельского хозяйства. Но, чтобы найти один вкусный помидор, ему предстоит съесть десять невкусных. Это неизбежно. Чтобы найти один хороший спектакль, нужно посмотреть десять плохих, а то и сотню. Часть моей работы — есть невкусные помидоры. Увы.

**Часть моей работы —
есть невкусные
помидоры.**

О КОНКУРЕНЦИИ



Пётр Мамонов
о «позавсюду»

В профессиональной театральной среде — во всяком случае между продюсерами и директорами — взаимоотношения не конкурентные, а коллегиальные. В многомиллионной Москве зритель любит театр и ходит позавсюду.

Каждое представление, каждый художник, каждый государственный или независимый коллектив находит свою публику.

Я буду бесконечно рад узнать, что зрители «Remote Moscow» отправились всей гурьбой в «Гоголь-центр», «Электротheater Станиславский» или «Практику». Театры в каком-то смысле борются за зрителя сообща, и меняться аудиторией — это нормально. Поэтому можно заметить, к примеру, что театральные фестивали Москвы — от «Территории» и «Сезона Станиславского» до «Золотой маски» и Чеховского фестиваля — идут строго один за другим, практически не пересекаясь в календаре. Эта негласная конвенция позволяет отдельно взятому условному театру посмотреть вообще все важные фестивальные спектакли без проблемы выбора чего-то одного в пользу другого.

«Электротheater Станиславский» —

московский государственный репертуарный театр под руководством Бориса Юхананова. Основан на месте бывшего Театра им. Станиславского. Репертуар состоит из экспериментальных спектаклей российских и европейских режиссеров. Самые популярные спектакли: «Макс Блэк, или 62 способа подпереть голову рукой», «Сверлийцы», «Человеческое использование человеческих существ».

«Практика» —

один из самых популярных московских театров, основан в 2005 году Эдуардом Бояковым. С 2013

по 2016 год театром руководил Иван Вырыпаев, который поставил здесь несколько спектаклей по собственным пьесам. Репертуар состоит из экспериментальных спектаклей и постановок современных текстов. Хиты: «Это тоже я», «Чапаев и Пустота», «Человек.доc». Олег Кулик. Игра на барабанах».

«Территория» —

фестиваль-школа современного искусства. Программа состоит из важных мировых премьер в области синтетического театра и мастер-классов, проводимых для студентов со всей России и стран СНГ. Проводится ежегодно в Москве в начале октября и в течение года в регионах.

«Сезон Станиславского» —

международный театральный фестиваль, проводится в середине осени в Москве. В программе, как правило, премьеры признанных мастеров из России и Европы.

«Золотая маска» —

фестиваль и главная театральная премия России. Проходит ежегодно с февраля по апрель в Москве.

Чеховский фестиваль —

крупнейший в России международный театральный фестиваль. В программе — спектакли большой формы со всех континентов. Проводится с мая по июль.

НЕ ОСТАНАВЛИВАЙСЯ



После «Remote Moscow» вместе с Rimini Protokoll мы выпустили еще один спектакль — «Cargo Moscow». Зрители заполняют компактный зрительный зал внутри кузова специально сконструированной фуры, одна из стенок которой служит попеременно в качестве окна и экрана. Фура отправляется в путешествие по промзонам Капотни, за рулем травят байки настоящие дальнбойщики, в свободное от спектакля время покоряющие трассу «Москва — Магадан». Этот грузовик существует в единственном экземпляре, мы его специально везли из Берлина на один короткий сезон и потом вернули. Попутно мы запустили новый сезон «Remote Moscow», а потом репертуар пополнился еще одним проектом — на сей раз бельгийским. Впервые в Россию я привез спектакль команды Ontroerend Goed — «A Game of You» («твоя_игра»), предназначенный для одного зрителя; мы показывали его на шестом этаже универмага «Цветной» в специально выстроенном павильоне из красных занавесов.

Все это время, таинственно шурясь, я вынашивал мысль: «А не учредить ли мне собственную театральную компанию?» Я даже раз в месяц придумывал для нее название и на всякий случай регистрировал одноименный домен. Вместе с тем репертуар ширился, команда росла, в офисе пришлось поставить еще два стола — ходить стало практически негде. Основную часть комнаты заняла огромная доска с графиком выпусков на год вперед. В какой-то момент, заваривая чай и регистрируя очередной домен, я вдруг замер и огляделся по сторонам. Я находился внутри маленького заводика по производству впечатлений. Я мечтал о собственном театре и сам не заметил, как создал его.

На радостях я даже арендовал на пару месяцев несколько помещений в роскошном здании Москонцерта на Кузнецком Мосту и учредил там фабрику удивительных опытов Experience Space. Там мы продолжили играть «твою_игру» Ontroerend Goed и выпустили еще один их проект — «Smile OFF», в котором зрителю завязывали глаза, усаживали в кресло на колесах и отправляли в сюрреалистическое путешествие по собственным ощущениям, парадоксальным образам и неожиданным ассоциациям.

Тут можно было бы остановиться. Что может быть удобнее — выпускать по паре премьер в сезон в уютном местечке в центре города. Но энергия запущенного механизма толкала на новые подвиги уже сама собой: если для «Remote Moscow» мне требовалось находить поддержку всех возможных институций, рискуя уйти в минус, то теперь я получил возможность инвестировать в новые проекты прибыль от проката существующего репертуара.

Стало понятно, что тот театр, который меня интересует, не может замыкаться в одном пространстве. Их может быть сколько угодно; чем больше — тем лучше. Вскоре мы выпустили еще три премьеры с Ontoerend Goed — интерактивное шоу о выборе «Кандидат» на седьмом этаже «Цветного», спектакль-свидание «Сокровенное» и шоу о деньгах «Ложь» в Experience Space и вдобавок тет-а-тет переживание «Etiquette» в кафе на Даниловском рынке. Когда я обнаружил, что прогрессия роста компании плавно стала переходить из алгебраической в геометрическую, все проекты я объединил под эгоцентристским лейблом «Импресарио». Простите.



Команда должна быть собрана ювелирно.

МАНИФЕСТ ЗДРАВОВОМЫСЛЯЩЕГО ЧЕЛОВЕКА

Пусть то, что вы делаете, будет сделано качественно и со вниманием. Чистите ли вы обувь или пишете бизнес-план. Пусть это будет так, как вы бы хотели, чтобы это было сделано для вас.

Будьте открыты всему новому. Экспериментируйте. Двигайте мебель. Растите бороду. Сбривайте.

Держите свое слово. Если сказали — делайте.

Не опаздывайте. Уважайте время других людей и свое тоже.

Помогайте тому, кто нуждается в помощи.

Каждый раз встречайте близких, знакомых, друзей и коллег улыбкой. Не стесняйтесь делать комплименты. Всегда благодарите и говорите спасибо.

Не держите зла и всегда прощайте. Даже измену и подлость.

Объединяйте, знакомьте людей вокруг себя.

Не спорьте. У каждого своя правда.

Не бойтесь показаться некрасивым. Терпите поражения. Относитесь к ним так же спокойно, как и к победам.

Вырастайте над собой каждый день. Занимайтесь физической и духовной культурой. Каждый день узнавайте что-нибудь новое. Учите языки. Пусть все, что вы делаете, попадает в копилку опыта основной деятельности.

Ищите единомышленников. Когда есть команда, пропадает всякий страх, неуверенность и все становится возможным. В этом заключается великая сила.

И м п р е с а р и о (говорит в микрофон): А теперь — откройте глаза!

Сцена. Луч света. Тысячи пар глаз с любопытством следят за человеком в роскошном костюме пчелы и солнцезащитных очках.

И м п р е с а р и о: Дамы и господа! Леди и джентльмены! Обратите внимание: мы находимся в России. На дворе первая половина XXI века. Покупательская способность населения уже не та, времена бывали и получше. Но вместе с тем никогда еще нам не было доступно такого количества умопомрачительных возможностей. И сейчас, как никогда, хочется радовать людей. Хочется их удивлять. Ведь независимо от цен на нефть люди всегда вместе с хлебом будут хотеть зрелищ, так уж повелось. И зрелищ качественных, штучных, талантливых, выполненных на высшем уровне, преподнесенных — на высочайшем. Таких, чтобы хотелось крикнуть: «Вау!»

Принято считать, что искусство и индустрия развлечений — это два отдельных мира. Один существует для узкого круга ценителей, а второй — для тех, кто относится к искусству потребительски. На самом деле эти два мира не могут существовать друг без друга, а все самое интересное происходит в пограничной зоне.

Наша задача — найти баланс.

Открыть двери высокого искусства для широкой аудитории.

Отменить границы и визы.

Разрушить стену и проложить дорогу.

Дать доступ к новым впечатлениям и развлечениям для каждого.

И не потерять в этом увлекательном приключении себя.

Овации. Оркестр. Танец.

Елютин Фёдор Константинович

Remote Moscow

Как зарабатывать на впечатлениях

***Квантовый опыт
театрального продюсирования***

Главный редактор *С. Турко*
Руководитель проекта *М. Красавина*
Редактор *Ю. Шнайдер*
Корректоры *Н. Витько, Е. Аксёнова*
Компьютерная верстка *А. Абрамов*
Дизайн обложки *Ю. Буга*

В книге использованы фотографии
потрясающих фотохудожников
Михаила Воноткова и Дарьи Нестеровской

Подписано в печать 23.10.2018. Формат 70×90/16
Бумага офсетная № 1. Печать офсетная.
Объем 8,5 печ. л. Тираж 2000 экз. Заказ №

ООО «Альпина Паблишер»
123060, Москва, а/я 28
Тел. +7 (495) 980-53-54
www.alpina.ru
e-mail: info@alpina.ru

Знак информационной продукции
(Федеральный закон № 436-ФЗ от 29.12.2010 г.)

16+

«Отпечатано в соответствии с предоставленными материалами
в ООО «ИПК Парето-Принт», 170546, Тверская область,
Промышленная зона Боровлево-1, комплекс №3А,
www.pareto-print.ru»



Услуги для бизнеса

Издательские услуги

- Издание корпоративных и подарочных книг
- Тиражи с интеграцией партнерского бренда
- Формирование корпоративной библиотеки
- Дистрибуция и продвижение книг на рынке

Корпоративная электронная библиотека

- Более 1200 книг и саммари в аудио- и текстовом форматах
- Разработка брендированного приложения компании
- Возможность непрерывного чтения на компьютере, планшете и смартфоне для сотрудников
- Подборки книг по матрице компетенций и системе грейдов
- Снижение стоимости обучения сотрудников

Оптовая закупка книг

- Гибкие цены при оптовой закупке

Издательские услуги:

+7 (915) 282 63 27, email: creative@alpina.ru

Корпоративная электронная библиотека:

+7 (499) 685 46 32, email: lib@alpinadigital.ru

Оптовая закупка книг:

+7 (495) 980 53 54, email: zakaz@alpinabook.ru

ДЛЯ ЗАМЕТОК



ДЛЯ ЗАМЕТОК





ДЛЯ ЗАМЕТОК

