

ВОПРОСЫ МЕТОДОЛОГИИ НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ

УДК 792.8, 378.046.4, 65.01.

Н. С. Ерохина

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПОДГОТОВКА ПЕРСОНАЛЬНОГО МЕНЕДЖЕРА АРТИСТА БАЛЕТА

«Персональный менеджер — самая важная персона в вашей профессиональной жизни. Хороший персональный менеджер может развить вашу карьеру до максимального потенциала, а плохой — предать вас полному забвению».

*Д. Пассман,
«Все о музыкальном бизнесе».*

В настоящей статье речь пойдет о персональном менеджере или, как его часто еще называют, — агенте артиста балета. Данные понятия хоть и различаются, но близки друг к другу, несмотря на то, что в разных сферах культуры и искусства могут иметь несколько отличное содержание. Например, «агенты в музыкальном бизнесе не такие, как, например, в кинобизнесе. В кинобизнесе они обладают огромными полномочиями и контролируют много аспектов; в музыкальном же бизнесе они занимаются практически исключительно концертной деятельностью клиентов. Иногда они также работают с рекламой, финансированием турне, появлением на телевидении, но никогда не занимаются звукозаписью или авторством музыки (и денег им за это, разумеется, не платят), то есть фигуры они гораздо мельче, чем в кинобизнесе» [1, с. 143].

В США действуют Ассоциация персональных менеджеров (ROP) и Ассоциация агентов (LEA) [2]. Здесь официально закреплено различие профессиональных функций, которые отражают эти понятия: менеджеры занимаются деталями работы актера (планированием поездок и интервью, составлением графиков); агенты же ищут эту работу, работают с прессой и изучают контракты.

В России понятия «агент» и «менеджер» зачастую не различают ни в одной из сфер. Хотя Е. В. Матросова, говоря о музыкальном бизнесе, делает различие между персональным менеджером и агентом: «Разница между агентом и личным менеджером (личным ассистентом или директором) состоит в том, что последний работает на перспективу. Агент же предпочитает прибыль “здесь и сейчас” возможностям и доходам будущих периодов» [3, с. 69].

Такая неопределенность вызвана незрелостью института (по мнению автора, находящегося на этапе своего становления), отсутствием правового статуса профессий агента и персонального менеджера, функции того и другого чаще всего

берет на себя один и тот же человек. Отражая фактическую ситуацию, в статье эти понятия далее будут употребляться как **синонимы**.

Итак, персональный менеджер/агент — это физическое лицо, зарегистрированное в качестве индивидуального предпринимателя, которое по поручению клиента совершает юридические и физические действия, связанные с продвижением артиста на рынке исполнительских искусств и организацией его профессиональной деятельности в целом. Институт персонального менеджера (агента) — совокупность все действующих на данный момент, персональных менеджеров (агентов) на рынке исполнительских искусств.

Профессия персонального менеджера (агента) артиста балета, в настоящее время, не слишком популярна. Не существует и системы профессиональной подготовки таких специалистов в области балета. Этому есть ряд причин:

1. Данный институт является новым для Российской Федерации. Как уже говорилось, здесь институт персонального менеджера (агента) существует сравнительно недавно, поэтому следует обратиться к зарубежному опыту в данной сфере.

Появление данной профессии за рубежом (в частности в США) связано, в первую очередь, с развитием кинематографа и популярностью услуг менеджеров и агентов среди актеров кино и театра. По такому же принципу развивается эта область и у нас. Сейчас этот институт уже функционирует не только в киноиндустрии, но и в музыкальном бизнесе, а также становится популярнее среди артистов музыкальных театров оперы и балета.

2. Появление менеджеров (агентов) исторически не было обусловлено.

Сейчас развитие сфер культуры и искусства в нашей стране определяется стремлением в какой-то степени догнать западные страны. Долгие годы в период существования СССР экономика всей страны регулировалась исключительно плановым путем, то же происходило и в сфере культуры. Все театры были государственными, стационарными, все артисты были штатными сотрудниками, фактически «прикрепленными» к театру. Поэтому актеры, артисты балета, оперы, не нуждались в персональном менеджере — для них таким «менеджером» являлся театр. Не существовало и каких-либо причин (гастроли, работа за рубежом, частные концертные программы и др.) для наличия у артиста, даже самого высокого уровня, персонального менеджера. Все было нормировано: количество выступлений на сцене, гастроли [4]. После распада Советского Союза стали появляться частные театры, антрепризы, появилась возможность работы сразу с несколькими театрами или в различных проектах. Изменилось многое, но вместе с тем отдельные механизмы управления остались архаичными. Теперь артист может самостоятельно определять свой гонорар, выбирать интересующие его проекты, но, в то же время, артисту трудно (да и не нужно) разбираться в тонкостях подписываемых контрактов, отслеживать графики своих гастролей, а уж тем более «держат руку на пульсе» и заниматься самостоятельно своими раскруткой и продвижением. Для этого необходим специалист, который поможет артисту не только с решением текущих вопросов, но и продумает наилучшие варианты развития его карьеры в будущем.

3. Остается некоторая предвзятость к данной профессии среди балетных артистов: ведь агент берет определенную плату за свои услуги, многие артисты считают, что они и сами справятся со всеми обязанностями персонального менеджера и могут тогда не оплачивать такого рода деятельность.

Из интервью Виктора Минкова¹: «Я называю это старомодной психологией. Агент должен, в том числе, договариваться о той цене, которая устраивала бы артиста. И вообще, я считаю, что общение “агент — артист”, может строиться только на очень большом доверии. Здесь очень важен некий этический момент. В моей работе с артистами мы всегда знали тот гонорар, который хочет получить артист. Я брал за свои услуги 10 %, если мне удавалось сделать гонорар больше, это не значит, что я получал больше. Больше получал артист, а я свои же 10 % от этой суммы» [5].

Но тем не менее многие артисты пользуются услугами персональных менеджеров. Наталья Осипова, Иван Васильев, Диана Вишнева, Денис Матвиенко — так или иначе, обращаются за помощью к менеджеру. Диана Вишнева одной из первых начала работать сначала с Сергеем Даниляном, а после — с Константином Селиневичем (сейчас менеджер Дианы Вишневой, ранее был спортивным агентом, в частности известного хоккеиста А. Овечкина). Наталья Осипова и Иван Васильев на данный момент сотрудничают с известной продюсерской компанией Сергея Даниляна «Ардани артистс»².

По словам С. Даниляна, компанию «отличает от других подобного типа, действующих непосредственно в США, прежде всего ее многофункциональность. То есть, с одной стороны, мы выполняем непосредственно промоутерские функции для балетной труппы Бориса Эйфмана, или Мариинского театра, или Балета Монте-Карло, с другой стороны, мы осуществляем совместные постановки специальных проектов с Мариинским театром (“Диана Вишнева: красота в движении” и “Диалоги”), или “Отражения” с Большим театром, или, скажем, занимаемся производством (продюсированием) собственных танцевальных проектов, как “Короли танца” (пять программ за пять лет!), или выполняем **агентские функции** для таких артистов, как Наталья Осипова и Иван Васильев» [6, с. 44].

Но такое сотрудничество с профессионалами скорее исключение из правил. Часто бывает, что артист прибегает к помощи близких ему людей. Например, менеджером Дениса Матвиенко является Алена Матвиенко, его сестра. Бывает, что агентами становятся бывшие артисты или продюсеры. Кому, как ни самому артисту понять, что необходимо для его успешной работы? А продюсер — человек, который точно разбирается в менеджменте, маркетинге — отличный, казалось бы, вариант для работы в качестве агента артиста. Но все же, эта профессия

¹ В. Минков — экс-агент таких артистов балета, как В. Шкляров, В. Лебедев, Ю. Смелалов и др. В настоящее время является директором театра «Приют комедианта».

² С. Данилян — продюсер, соучредитель компании «Ardani artists». Компания была основана в 1990 году. Сейчас она имеет множество проектов и продолжает выпускать новые. Среди них: «Короли танца», «Диана Вишнёва: красота в движении», «Диана Вишнёва: диалоги» и другие. Кроме того, «Ardani» сотрудничает также с Мариинским и Михайловским театрами, занимается их гастрольной деятельностью.

не становится более востребованной. На наш взгляд, кроме выше названных причин, одной из важнейших проблем развития института персонального менеджера (агента) в области балетного искусства является отсутствие профессионально подготовленных специалистов именно в этой узкой направленности. Рассмотрим подробнее эту проблему.

* * *

Чтобы выявить те компетенции, которыми должен обладать профессиональный менеджер (агент), следует определить его основные обязанности, функции. Как уже говорилось, эти функции ранее не были сформулированы в научной и практической литературе. Но, тем не менее, разные авторы затрагивали проблему персонального менеджера в других сферах деятельности, близких к балету: в музыкальном и актерском искусстве, в спорте. В целом, все агенты выполняют схожие функции, которые отличаются лишь спецификой конкретной отрасли. Поэтому можно выделить и функции, которые выполняет персональный менеджер балетного артиста.

Классифицируем эти функции по тем отраслям знаний, которые необходимы для их выполнения.

1. Менеджерские (организационно-управленческие) функции:

- составление расписания, рабочего и гастрольного графика артиста. Особенно это важно, когда артист популярен, и его график может быть составлен на год-два вперед;
- организация встреч и переговоров с директорами театров, концертных организаций и продюсерами;
- поддержание постоянной связи с артистом во время его занятости в том или ином спектакле, проекте, репетициях и т. п.;
- осведомленность агента обо всех событиях, происходящих в балетной и смежных с ней сферах;

2. Маркетинговые функции:

- основная из них — поиск работы для артиста. Причем такой поиск не ограничивается предложениями театров и непосредственно танцевальных проектов. Это также может быть работа в качестве модели, работа на фотосессиях и пр.;
- создание образа и имени артиста, которые бы способствовали его продвижению;
- создание портфолио артиста, его публикация в сети Интернет, а также создание персонального сайта артиста, если это необходимо.

3. Юридические функции:

- решение всех возникающих правовых вопросов, связанных с: условиями договора, величиной гонорара, соблюдением интересов и прав артиста и ответственностью за их нарушение;
- контроль за исполнением условий всех договоров, подписанных артистом в рамках его профессиональной деятельности.

4. Контрольно-финансовая функция:

– разрешение финансовых разногласий между артистом и организаторами проектов (продюсерами). Данная функция позволяет артисту оставаться в стороне от конфликтных ситуаций, и, в случае неудачных переговоров, его профессиональный имидж не пострадает.

Кроме того, приветствуется знание агентом права и бухгалтерского учета, иностранных языков, навыки работы с компьютером и Интернетом. Кроме того, персональный менеджер оказывает психологическую поддержку и может мотивировать своего клиента [2].

* * *

Из всего вышеперечисленного можно сделать вывод о том, что персональный менеджер должен обладать различными профессиональными компетенциями. Основная их часть может быть приобретена при получении высшего профессионального образования по программам менеджмента и (или) продюсирования в культуре и искусстве.

На сегодняшний день, существует ряд ВУЗов, занимающихся подготовкой специалистов в области менеджмента и продюсирования в области исполнительских искусств. Основная часть таких учебных заведений находится в Москве и Санкт-Петербурге: Государственный институт театрального искусства (ГИТИС), Московская государственная академия хореографии (МГАХ), Московский государственный институт культуры (МГИК), Московский институт телевидения и радиовещания Останкино (МИТРО), Академия Русского балета имени А. Я. Вагановой, Санкт-Петербургский государственный институт культуры (СПбГИК), Российский государственный институт сценических искусств (РГИСИ), Санкт-Петербургский государственный институт кино и телевидения (СПбГИКиТ).

Все перечисленные ВУЗы можно разделить на группы, в зависимости от того, к какой сфере культуры и искусства отдается предпочтение в программах менеджмента или продюсирования.

В первой группе акцент сделан на изучение драматического театра (ГИТИС и РГИСИ), здесь существуют продюсерские факультеты, готовящие продюсеров, импресарио, театральных менеджеров и агентов [см.: 7, 8]. Есть также некоторые упоминания об оперном театре, но балетное искусство практически не затрагивается.

Вторая группа – это институты культуры (СПбГИК и МГИК), здесь есть факультеты социально-культурных технологий и социально-культурной деятельности соответственно; подготовка осуществляется по профилю «менеджмент социально-культурной деятельности» [см.: 9, 10]. В данном случае акцент делается на социальную составляющую: работу по сохранению культурного наследия, творческое развитие детей, социально-культурные программы для молодежи, разработку и реализацию целевых социально-культурных программ и др.

Третья группа – это СПбГУКиТ и МИТРО. Факультет Управления МИТРО осуществляет подготовку студентов по направлению «Менеджмент» в рамках

двух профилей: «Управление проектом в сфере культуры и искусства», «Международный менеджмент» [11]. В СПбГУКиТ готовят по специальности «Менеджмент», преимущественно в кино- и теле- индустрии [12]. Также есть и направление «Продюсерство», с уклоном в продюсирование кино и телепередач.

Четвертая группа — пожалуй, единственная, которая ведет подготовку студентов по профилю «продюсирование хореографического искусства» и «менеджмент исполнительских искусств» с явным уклоном в хореографию — АРБ им. А. Я. Вагановой и МГАХ [см.: 13, 14]. Но все же программы обучения не могут в полной мере учесть необходимые знания и навыки, которые будут нужны персональному менеджеру артиста балета. Поскольку ни одно из перечисленных учебных заведений не осуществляет подготовку по такой узкой специальности как персональный менеджер артиста балета, можно предположить, что существует необходимость в организации курсов повышения квалификации по программе «Персональный менеджер артиста балета».

Проведя анализ основных образовательных программ перечисленных ВУЗов, стоит отметить, что все они в целом охватывают те отрасли знаний, которые необходимы персональному менеджеру. Вместе с тем, С. Данилян отмечает недостаток дополнительных знаний при подготовке специалистов: «Конечно, вопрос подготовки кадров, воспитание и обучение будущих менеджеров, продюсеров — вопрос серьезный. Я сам по сей день горжусь своим образованием, которое было признано в США, и считаю РАТИ, как и другие высшие учебные заведения в России, где готовят специалистов в этой области, одним из лучших. Но не буду скрывать, что многому научила непосредственная практическая работа, очень многому. Остаюсь при мнении, что современный продюсер, менеджер должен быть человеком образованным и всесторонне развитым. Например, ни одно учебное заведение не готовит специалистов непосредственно для музыкального театра, а ведь специфика такого культурного учреждения принципиально отличается от любого другого драматического театра или концертной организации. Необходимы специальные курсы по музыкальному театру, необходимо привлекать к практической стажировке в музыкальных театрах будущих профессионалов, иначе они останутся с ограниченными возможностями, и не у каждого хватит желания и усидчивости заниматься самообразованием. Говорю об этом, потому что мне пришлось 23 года назад сделать выбор и понадобилось много времени, чтобы не только понять принципиальное различие в менеджменте, но и обрести необходимые знания» [6, с. 45].

Кроме того, персональный менеджер артиста балета должен обладать не только знаниями в области балетного искусства и хореографии в целом, но и уметь правильно взаимодействовать и с заказчиками, и со своим клиентом. Поэтому, на взгляд автора, необходимо включить в программу изучения также основы делового общения и коммуникации, основы психологии. Артисты балета являются творческими работниками, в их работе многое зависит от их психологического состояния, поэтому и менеджер должен взаимодействовать с артистом таким образом, чтобы ограждать его от возможных конфликтных ситуаций, лишних стрессов, не обусловленных творческим процессом.

Решением проблемы профессиональной подготовки персонального менеджера артиста балета и восполнения всех перечисленных пробелов могло бы стать внедрение в образовательный процесс разработанной автором программы курса повышения квалификации, которая впервые публикуется в приложении к данной статье. Дело за будущим.

ЛИТЕРАТУРА

1. Пассман Д. «Все о музыкальном бизнесе». М.: Альпина Паблишер, 2009. 420 с.
2. Гущина К. И., Екатерининская А. А. Актерские агенты и агентства // Справочник руководителя учреждения культуры. М., 2011. № 12. URL: <http://grimi.ru/ru> (дата обращения: 01.04.2016)
3. Матросова Е. В. Агент как посредник между артистом и заказчиком // Справочник руководителя учреждения культуры. М., 2010. № 12. С. 67–72
4. Дадамян Г. Театр одного продюсера // Отечественные записки. 2005. № 4. URL: http://magazines.russ.ru/oz/2005/4/2005_4_23.html (дата обращения: 02.12.2015).
5. В. Минков. Беседа записана 16.10.2015 // Личный архив автора.
6. Продюсер и менеджер в современном театре / С. Данилян // Балет. 2013. № 4/5. С. 44–46
7. Официальный сайт Государственного института театрального искусства // URL: <http://www.gitis.net/> (дата обращения: 04.03.2016).
8. Официальный сайт Российского государственного института сценических искусств URL: <http://www.academy.tart.spb.ru/> (дата обращения: 04.03.2016)
9. Официальный сайт Санкт-петербургского государственного института культуры URL: <http://www.spbgik.ru/> (дата обращения: 04.03.2016)
10. Официальный сайт Московского государственного института культуры URL: <http://www.mgik.org/> (дата обращения: 04.03.2016)
11. Официальный сайт Московского института телевидения и радиовещания Останкино URL: <http://www.mitro-tv.ru/> (дата обращения: 04.03.2016)
12. Официальный сайт Санкт-Петербургского государственного института кино и телевидения URL: <http://www.gukit.ru/> (дата обращения: 04.03.2016)
13. Официальный сайт Академии русского балета им. А. Я. Вагановой URL: <http://www.vaganovaacademy.ru/> (дата обращения: 04.03.2016)
14. Официальный сайт Московской государственной академии хореографии URL: <http://www.balletacademy.ru/> (дата обращения: 04.03.2016)

Приложение 1**Программа курса повышения квалификации
«Персональный менеджер (агент) артиста балета»**

Цель курса: получение профессиональной компетенции персональных менеджеров артистов балета.

Задачи курса:

- изучить особенности организации деятельности музыкального театра в России;
- изучить отдельные аспекты правового регулирования в сфере исполнительских искусств;
- освоить основные механизмы маркетинга и рекламы в сфере балетного искусства;
- изучить основы бухучета и налогообложения;
- освоить навыки делового общения и переписки;
- ознакомиться с психологическими и этическими проблемами в работе персонального менеджера.

Объем курса: 72 часа

№ п/п	Название модуля	Наименование темы
1.	Особенности организации деятельности музыкальных театров оперы и балета. (20 часов)	– история русского балетного театра; – менеджмент и продюсирование в балетном искусстве; – организация гастролей балетной труппы в России и за рубежом; – работа с концертными организациями и проектами в области хореографии.
2.	Правовое регулирование и в сфере исполнительских искусств. (14 часов)	– общие положения о регулировании культуры и искусства в РФ; – основы договорного права (трудовой договор, гражданско-правовые договоры); – особенности применения норм авторского и смежного права в балетном искусстве; – основы налогообложения и бухгалтерского учета.
3.	Маркетинг и реклама в сфере балетного искусства. (14 часов)	– основные механизмы продвижения артиста балета; – дополнительные возможности для продвижения и рекламы артиста балета; – разработка и составление портфолио балетного артиста; – разработка и создание сайта артиста балета.
4.	Основы деловой коммуникации (12 часов)	– процесс делового общения; – правила деловой переписки; – создание собственного имиджа делового человека; – повышение коммуникативных возможностей для более успешного ведения переговоров.
5.	Психология и управление конфликтами. (12 часов)	– основы взаимодействия артиста и его персонального менеджера: психологический аспект; – этические требования, предъявляемые к персональному менеджеру; – основы конфликтологии, алгоритмы выхода из конфликтных ситуаций.

Курс рассчитан на специалистов в области менеджмента и продюсирования исполнительских искусств, которые планируют работать с артистами балета в качестве их персонального менеджера (агента), а также для персональных менеджеров, которые хотят поднять свой профессиональный уровень. Кроме того, данная программа может применяться и в программе факультетов менеджмента и продюсирования.

Программа может быть реализована на базе Академии Русского балета имени А. Я. Вагановой в рамках факультета дополнительного профессионального образования. Курсы могут проводиться преподавателями Академии. Также необходимо сотрудничество с действующими в области балета агентами, специалистами менеджмента и продюсирования в хореографии, психологами.

Реализация программы поможет улучшить работу уже действующих персональных менеджеров балетного искусства, популяризировать данную профессию, а также вывести управление и организацию всех процессов в балетных театрах и хореографических проектах на новый качественный уровень.