

Александра Князева

ФАНДРАЙЗИНГ В ИСПОЛНИТЕЛЬСКИХ ИСКУССТВАХ

Типы государственной культурной политики

Направление развития культуры в каждой стране зависит от целей, которые ставит перед собой государство, и той модели общества, которая официально принята за идеал.

Культурная политика определяется в специальной литературе как «комплекс операциональных принципов, административных и финансовых видов деятельности и процедур, которые обеспечивают основу действий государства в области культуры»¹.

Из разнообразия целей и идеалов произрастают разные методы, организационные формы и финансовые механизмы.

Существует несколько классификаций государственной культурной политики, свои типологии предлагали канадские ученые Х. Чартранд и С. Мак-Кафи, сербские культурологи М. Драгичевич-Шешич и Б. Стойкович, а также Э. Валь-Зиге, Д. Монтиас, А. Визанд и другие. Главный критерий – способ финансирования. Крайние варианты: либо полное обеспечение из казны, либо переход муз под покровительство «невидимой руки рынка». Между этими полюсами располагается множество компромиссных моделей.

М. Драгичевич-Шешич и Б. Стойкович выводят свою систематику из политического устройства² и предлагают четыре основных модели:

Либеральная: государство поощряет развитие рынка культурных услуг, частного предпринимательства и фондов (США);

Просветительская, она же государственно-бюрократическая: централизованное управление, социальный заказ и контроль через идеологический и финансовый аппараты (СССР, Франция, Швеция);

Национально-освободительная (эмансипационная) модель: акцент на оригинальные местные традиции (государства Восточной Европы и бывшие колонии);

Переходная модель: государство ориентируется на демократические процессы самоорганизации, но еще не отказалось от командно-бюрократических методов управления (по мнению авторов, такая модель присуща их родной Сербии на данный момент).

Х. Чартранд и С. Мак-Кафи (1985 г.) выделяют четыре амплуа для государства: «Вдохновитель», «Патрон», «Инженер», «Архитектор». К первой категории относятся, в первую очередь, Соединенные Штаты Америки. Инструмент управления – налоговая политика и льготы, создающие условия для корпоративных и частных вложений в искусство. Государственное финансирование практически отсутствует.

В основе политики «патрона» лежит «*the arms-length principle*» – «принцип вытянутой руки». Государство выделяет необходимые финансовые средства, однако их распределением «ведает независимые от правительства посреднические организации, являющиеся своеобразным “буфером” между правительством и культурой»³. Пример – Великобритания, где культурная стратегия диктуется членами Совета по искусству, не состоящими на госслужбе.

Модель «архитектор» характеризуется централизованным финансированием организаций через министерства культуры и чиновничий аппарат, которые исходят из представлений о просветительской миссии. К этому типу авторы относят Францию и СССР в ранний период (хотя оговаривается, что в последнее время государственная культурная политика Франции тяготеет к модели «государство-патрон»).

«Инженер», как и «архитектор», финансирует культуру централизованно и практически в полном объеме из бюджета, частная инициатива не поощряется, а от подопечных организаций требуется лояльность государственной идеологии. Эта модель введена для Европы как архивная – видимо, для того, чтобы отмежеваться от опыта стран социализма. Одна из последних отечественных классификаций предложена кандидатом экономических наук Т. Абанкиной. Три варианта культурной политики – стимулирующий, инвестиционный, патерналистский⁴ – подаются не как альтернативные, но как взаимодополняющие. Стимулирующая модель характерна для стран, провозгласивших переход к т.н. «креативной экономике». Из политической установки выводится курс на «развитие творческих индустрий и притока креативного класса за счет высокой миграционной привлекательности страны для обеспечения ее международной конкурентоспособности и опережающего социально-экономического развития в глобальной экономике»⁵. Что это означает на практике? Благоприятная среда для «творческого бизнеса», налоговые льготы и преференции, обеспечение защиты интеллектуальной собственности. Финансирование подразделяется на программное и проектное. Государство предоставляет гарантии по банковским кредитам на «творческую деятельность» и стимулирует развитие грантовой системы. Данная модель свойственна Соединенным Штатам Америки.

Инвестиционная модель, вытекающая из теории человеческого капитала, требует

увеличения государственных инвестиций в гуманитарную сферу для обеспечения устойчивого социально-экономического развития и (в идеологической перспективе) перехода все к той же «инновационной экономике, основанной на знаниях». Финансирование обеспечивается не только через прямые бюджетные ассигнования, но с помощью различных специальных программ (регионального развития, увеличения занятости, помощи малому бизнесу и пр.). Функции «инвестора» рассредоточены между разными уровнями власти и ведомствами, а также внебюджетными источниками. Данная модель сегодня распространена в Западной Европе.

Суть патерналистской политики заключается в том, чтобы компенсировать за счет казны дефицит доходов, возникающий у организаций культуры по объективным причинам. Финансирование осуществляется через ассигнования, составляющие от 0,2% до 2,5% расходов в консолидированном бюджете государства. Средства переводятся по нескольким каналам: прямого финансирования; при помощи общих и целевых трансфертов субнациональным бюджетам; на основе совместного участия органов власти разного уровня; через налоговые преференции организациям культуры и ее финансовым донорам.



Современная отечественная модель поддержки культуры

Распад Советского Союза подорвал выработанные советской властью фундаментальные основы, на которых базировалась культурная политика, согласно одной из приведенных выше классификаций – «инженерная». Преемницей СССР стала Российская Федерация, официально взявшая курс на построение «открытого демократического общества», что подразумевало переход от социализма к капитализму, от плановой экономики к рыночной. Хотя и то, и другое – варианты индустриального общества, процесс приспособления к частной собственности и свободному предпринимательству оказался в России очень непростым, длительным и противоречивым, фактически он продолжается до сих пор.

Если соотнести теоретическую схему Т. Абанкиной с реальной практикой отечественной культуры, мы должны будем определить ее как патерналистскую. Доля бюджетного финансирования относительно других источников по-прежнему высока и составляет приблизительно 80%, для театра – 70%. Согласно государственному докладу о состоянии культуры в Российской Федерации за 2015 год, удельный вес расходов на культуру равен 1,3%, причем с 2000 по 2014 год в целом наблюдалась тенденция роста расходов консолидированного бюджета РФ на культуру в номинальном выражении⁶.

Фандрайзинг в России

Приоритеты и вектор государственной культурной политики России в области театра обозначены в Концепции долгосрочного развития театрального дела до 2020 года: «существование и развитие искусства в любом государстве, претендующем на ведущие позиции в современном мире, определяет необходимость включения его в общемиро-

вой контекст. Исходя из этого, определяются три направления развития театрального дела в России. Во-первых, следует использовать, по возможности, все лучшее, что накоплено в мировом театральном процессе. Во-вторых, необходимо сохранять собственные традиции и достижения российского театра. В-третьих, в условиях свободы передвижения товаров, услуг, людей и капитала надо стремиться к созданию организационных и финансовых возможностей для повышения конкурентоспособности российских театров и театральных учебных заведений в международном пространстве. В обстоятельствах открытого мира без культурных барьеров государство должно занимать протекционистскую позицию в отношении театра»⁷.

Как отмечалось выше, государство обеспечивает Мельпомене большую часть ее доходов. Однако культурная политика такова, что все театральные организации, вне зависимости от статуса, сегодня вынуждены искать и иные, внебюджетные источники средств к существованию.

К ним относятся:

1. доходы, получаемые от оказания платных услуг, использования имущества и т.п.;
2. кредиты;
3. благотворительные пожертвования, спонсорские вклады, гранты благотворительных фондов⁸, меценатское покровительство, краудфандинг⁹.

«Фандрайзинг»¹⁰ – обобщающее понятие для донорской помощи из разных источников.

В первом учебнике по экономике культуры предлагалось такое определение: «фандрайзинг – это процесс поиска финансовых и материальных ресурсов, осуществляемый менеджерами некоммерческих организаций»¹¹. Вариант доктора экономических наук Е.Л. Игнатъевой: «деятельность, направленная на привлечение в некоммерческий сектор дополнительных финансовых ресурсов»¹². Доктор экономи-

ческих наук А.И. Дымникова: «привлечение ресурсов в организации культуры сверх финансовых обязательств учредителя и доходов от уставной деятельности»¹³.

Можно утверждать, что явление, получившее в 70-е гг. название фандрайзинг, существовало всегда. Организации культуры или отдельные проекты находятся постоянно в поисках финансовой помощи, обусловленной спецификой сферы и закономерной невозможностью покрыть свои издержки только за счет доходов от продажи билетов, что определяется «болезнью цен» или Законом Бомоля. Что касается доноров, то их мотив тоже очевиден: «возможность прибыльных компаний и состоятельных людей продемонстрировать заботу об обществе и заодно напомнить о своей значимости и влиянии»¹⁴.

Н.К. Ваганова, В.Э. Гордин и А.И. Дымникова выявили две группы мотивов, общих для всех типов доноров: филантропические и деловые. В зависимости от целей можно выделить четыре варианта взаимодействия: спонсорство, меценатство, благотворительность, краудфандинг. Квалификация сделки определяет ее налоговые и гражданско-правовые последствия.

Спонсорство

В Федеральном законе «О рекламе» от 13.03.2006 №38-ФЗ спонсор трактуется, как «лицо, которое предоставило средства для организации спортивного, культурного или другого мероприятия, создания телеили радиопередачи или другого результата творческой деятельности»¹⁵. Ф. Колбер дает следующее определение спонсорству – «это связь между спонсором и событием или собственностью, при которой спонсор платит наличными или иным способом взнос в обмен на доступ к эксплуатации коммерческого потенциала, связанного с данным событием, агентством или собственностью. <...> В отличие от филантропии, деньги, истраченные на спонсорство – это коммер-

ческий расход, а не пожертвование; предполагается, что они внесут свой вклад в рыночную коммуникацию компании и что от этой инвестиции будет отдача»¹⁶.

Спонсорство – это предпринимательская деятельность, преследующая стратегические цели компании. Согласно общенациональному опросу, проведенному Бизнес-комитетом искусств (*Business Committee for the Arts, BCA*) в 1994 году, компании поддерживают искусство по следующим причинам: для демонстрации хорошего корпоративного самочувствия (74%); для улучшения качества жизни в своем регионе (66%); для улучшения собственного имиджа и репутации (46%); для укрепления взаимоотношений между сотрудниками (22%); для расширения связей с другими корпорациями (21%); для увеличения продаж (19%); для установления важных контактов (18%); для рекламы продуктов и услуг (17%); для поощрения творческих способностей сотрудников (13%) и для увеличения внимания со стороны прессы (9%). Корпорации также получают налоговые льготы за спонсирование некоммерческих организаций¹⁷.

В РФ, согласно Письму Минфина России от 17.09.2010 №03-03-06/4/88, спонсорские взносы признаются платой за рекламу и рассматриваются (с точки зрения налогообложения) как доход от оказания услуг. Яркий пример использования спонсорства демонстрирует «Золотая маска». Когда в 1996 году было решено реформировать московскую театральную премию в национальную, генеральный директор Э. Бояков оказался



одним из первых, кто раскрыл потенциал фандрайзинга, обратившись к коммерческому сектору: «Безрассудно надеяться на возможность проведения акции такого масштаба, имея только один источник финансирования. Надо комбинировать.<...> В прошлом году [в 1996 г. – курсив А.К.] бюджет фестиваля перевалил за миллиард рублей. Такой суммы у СТД нет. Из государственных структур помогло только московское правительство, оплатившее аренду площадок, – это около 15 процентов бюджета. Остальное – спонсорские деньги. Мы гордимся, что удалось привлечь к проекту элиту бизнеса: Би-лайн, ARISTON, ювелирный дом “Алмаз”»¹⁸. К тому моменту в России стали появляться фирмы, заинтересованные не в прямой, а в имидж-рекламе. Предлагая им оказать финансовую поддержку проекту, Бояков делал упор на солидность национальной премии и элитарность театрального искусства в принципе. Например, производителям водонагревательного и отопительного оборудования «Ariston» участие в «Золотой маске» позволило выстроить ассоциативный ряд между бытом, облагоустроенной продукцией фирмы, и роскошью театрального зрелища.

Сегодня на сайте www.goldenmask.ru в разделе «партнеры» можно наблюдать диверсификацию по направлениям финансирования. Генеральным спонсором выступает Сбербанк России, официальным спонсором – Евроцементгрупп, официальные партнеры – Российские железные дороги, Аэрофлот и частная российская инвестиционная компания «OIProperties». При этом «Золотая маска в кино» осуществляется благодаря генеральному партнеру – Фонду Михаила Прохорова и объединенной компании РУСАЛ, специализирующейся на производстве алюминия, а также горнодобывающей и металлургической компании ПАО «Северсталь», фонду Тимченко, комплексу *Marriott Moscow*, туристической компании «Академсервис» и сети салонов красоты «ОблакаStudio». «Золотая маска

в городе» реализуется при поддержке «Новой Третьяковки», торгового центра «Цветной», книжных магазинов «Библио-Глобус» и «Дом книги», библиотеке им. Ф.М. Достоевского. Отдельный партнер для церемонии вручения премии – группа компаний «Норникель».

Осуществление множества разнообразных программ свидетельствует о верной ставке на комбинированное финансирование и об эффективной реализации фандрайзинговых стратегий.

Меценатство и благотворительность

Меценатская деятельность, в соответствии со ст. 4 закона «О меценатской деятельности» от 04.11. 2014 №327-ФЗ, понимается как «деятельность по безвозмездной передаче имущества, в том числе денежных средств, или прав владения, пользования, распоряжения имуществом и (или) безвозмездные выполнение работ и оказание услуг в сфере культуры и образования в области культуры и искусства, направленные на сохранение культурных ценностей и развитие деятельности в сфере культуры и образования в области культуры и искусства»¹⁹.

Чем меценатство отличается от обычной благотворительности? О. Крутчинская, главный специалист-эксперт отдела правовой экспертизы Нормативно-правового департамента Минкультуры России, видит задачу благотворительности в обеспечении социального благополучия в обществе. Цель меценатства – сохранение и развитие культурного достояния²⁰.

Между меценатом (благотворителем) и благополучателем в зависимости от конкретных условий сделки могут быть заключены договоры дарения, пожертвования, безвозмездного пользования и другие гражданско-правовые соглашения в соответствии с нормами, определенными в четвертом разделе Гражданского кодекса РФ от 26.01.1996 №14-ФЗ.

Для осуществления подобной деятельности допускается создание специальных благотворительных организаций, которые могут быть зарегистрированы в формах общественных организаций (объединений), фондов, учреждений. Учредителями могут выступать физические и юридические лица. Наиболее востребованной формой, как правило, выступает фонд. Существуют фонды четырех типов:

Семейные фонды: учреждаются богатыми людьми для поддержки того, что значимо для основателей.

Общие фонды: учреждаются для поддержки широкого спектра деятельности. Ими обычно руководят профессиональные сотрудники.

Корпоративные фонды: учреждаются корпорациями. Благотворительная политика обычно связана с их интересами.

Общественные фонды: учреждаются в качестве механизма для слияния негосударственных финансовых источников, включая отдельных меценатов, корпорации, фонды и некоммерческие организации. Обычно управляются общественным советом. Частные лица, которые вносят в фонд средства, могут накладывать ограничения на свои пожертвования²¹.

Фонды осуществляют свою деятельность через систему грантов, что требует от организаций культуры, занимающихся фандрайзингом, детально исследовать правила и условия участия в конкурсе на получение гранта, сопоставляя их с миссией и целями своей организации.

Пример эффективного меценатства показала Студия театрального искусства (СТИ) под руководством С. В. Женовача. В 2005 году в ГИТИСе прошел фестиваль дипломных работ под символическим названием «Шесть спектаклей в ожидании театра». Многие студенты театральных институтов после окончания обучения мечтают создать свой театр, полагая, что актерский ансамбль уже собран, а объединяющей идеей владеет мастер их курса. В большинстве случаев

надежда не оправдывается. Примеры «фоменок» или «женовачей» нетипичные.

Театр Сергея Женовача сформировался из его мастерской в ГИТИСе при помощи российского предпринимателя Сергея Гордеева, владельца 50,02% акции группы компаний «Пик». В 2005 году он впервые увидел спектакль Женовача «Мальчики» по Ф.М. Достоевскому. Постановка произвела такое сильное впечатление, что он решил оборудовать (в здании бывшей золотокапительной фабрики Станиславского) и открыть театр для Женовача и его учеников. С самого начала отношения между предпринимателем и студией строились как меценатские. Предполагалось, что новый театр проработает всего пять лет. Но из-за большой популярности Студия театрального искусства под покровительством мецената Сергея Гордеева просуществовала до 2015 года. За это время затраты мецената составили около \$40 млн²².

Сегодня СТИ находится в федеральном подчинении Министерства культуры. Гордеев фактически подарил театр стране. Прежде чем прекратить свое участие, он собрал пул спонсоров, в который вошли банк «Открытие», Промсвязьбанк и Бинбанк, на данный момент они являются официальными партнерами театра.

Краудфандинг

Краудфандинг – народное финансирование. Деньги поступают от широкого круга пользователей, получающих взамен бонусы (товары или услуги, в том числе итоговый продукт). Автор проекта, размещенного на крауд-площадке, предлагает ранжированную систему вознаграждений для потенциальных участников (бекеров), в которой каждой сумме эквивалентен определенный набор товаров или услуг. Суть в том, чтобы привлечь как можно большее число людей, готовых внести небольшую сумму. Другими словами, «с мира по нитке».

Технологии краудфандинга стали известны на Западе в 90-е годы XX века. Рост их популярности связан с развитием интернета. Возможность максимально широко оповестить о своем проекте; найти тех, кого он заинтересует и простой способ безналичного перевода средств, не требующий заключения дополнительного договора, объясняют выбор такой разновидности фандрайзинга некоммерческими организациями и отдельными художниками.

Помимо получения возможного финансового отклика, крауд-кампания способствует популяризации автора и проверяет его идеи на привлекательность. Сумма, требуемая инициатором кампании, должна включать в себя средства для реализации проекта, комиссию крауд-платформы, комиссию платежного агрегатора и налоги. В российском законодательстве нет четкой регламентации такого явления, как краудфандинг. Правовые отношения выстраиваются отдельно для инвестора (спонсор, бекер) и получателя финансирования (автор проекта, организация), где краудфандинговая платформа выступает как посредник, в какой-то степени гарантирующий инвестору чистоту намерений автора. Перед началом сбора средств между автором проекта и крауд-площадкой заключается гражданско-правовой договор, регулирующий права и обязанности сторон.

«В случае привлечения денежных средств в обмен на передачу в будущем какого-либо результата работ или услуг (например, передача инвестору подарочного экземпляра выпущенного аудиодиска, изданной книги и т. д.) отношения между автором проекта и инвестором следует трактовать как заключение договора купли-продажи (оказания услуг, выполнения работ). Краудфандинговая платформа в данном случае выступает в роли платежного агента, осуществляющего прием платежей у физических лиц. В случае сбора средств в отсутствие предоставления какой-либо встречной материальной выгоды (в обмен

на благодарность или публичное объявление имени жертвователя) правоотношения следует признавать дарением или пожертвованием. Гражданское законодательство позволяет рассматривать денежные средства как объект дарения (даритель безвозмездно передает или обязуется передать одаряемому деньги в собственность). Если стоимость дара превышает три тысячи рублей, договор дарения должен быть совершен в письменной форме. Пожертвованием признается дарение в общепользных целях. Пожертвования могут делаться гражданам либо некоммерческим организациям»²³.

Есть примеры использования краудфандинга театральными организациями. На сайте *Planeta.ru* представлены успешные (на 100 и более процентов) театральные проекты: новый спектакль «Квартета И», находившийся на подготовительном этапе и еще не имевший названия, собрал 1 993 501 р. Организаторы рассчитывали на 3 500 000 р., стало быть, им удалось получить 56% от запрашиваемой суммы. На декорации к новому спектаклю Евгения Гришковца «Шепот сердца» требовалось 1 650 000 рублей. Акция была реализована на 100%.

Режиссеру Саше Толстошевой требовалось 350 000 рублей на покупку авторских прав у наследника Михаила Булгакова для исполнения спектакля «Бег» на сцене театра «Около». Проект на крауд-платформе собрал 365 000 р., что составляет 103% от требуемых средств.

К услугам крауд-площадок в основном прибегают независимые инициативы, либо проекты начинающих режиссеров. Эта разновидность фандрайзинга не популярна у государственных театров.



Роль государства в развитии фандрайзинга: иностранный опыт

Роль государства в становлении фандрайзинга в России состоит в создании благоприятной среды для многоканального финансирования культуры, развитии правовой базы и налогового режима, стимулирующего перераспределение ресурсов в некоммерческий сектор, в формировании внебюджетных источников финансирования культурных проектов.

Для совершенствования государственной поддержки внебюджетного привлечения средств следует обратиться к западному опыту. В США успешно применяются две программы: институт налоговых вычетов (*tax credits*) и система «отмеченных долларов» (*check-off dollars*).

Первая работает по принципу «вычета определенных расходов из общей суммы налогов»²⁴, т.е. в отличие от обычных налоговых льгот, которые снижают размер налогооблагаемого дохода налогоплательщика на величину благотворительных взносов в пределах разрешенного законом лимита, *tax credits* позволяет вычитать полностью или частично сумму благотворительных пожертвований из совокупного объема налоговых платежей, перечисляемых в бюджет. Механизм вычетов применяется в отношении различных налогов, но чаще – подоходного и налога на прибыль.

Действующие в США программы «*tax credits*» различны для каждого штата по своим предельным значениям, однако в большинстве случаев речь идет именно о полном вычете общей суммы пожертвований, что практически может погасить налог. Адресат платежа выбирается налогоплательщиком самостоятельно (в соответствии с перечнем, предложенным государственными органами), что делает такую форму поддержки культуры весьма привлекательной.

Еще один вариант прямого участия граждан в распределении бюджетных средств

представляют специальные программы: налогоплательщик заявляет о своем желании перечислить фиксированную сумму денег для поддержки того или иного проекта, поставив определенную отметку в соответствующей графе своей налоговой декларации по подоходному налогу («*checks-off programs*»)²⁵. Этот метод финансирования социально значимых инициатив стал называться «отмеченные доллары» (*check-off dollars*). На федеральном уровне в США данная система работает по принципу перераспределения отмеченных налоговых платежей, тогда как на уровне штатов перенаправляются только те средства, которые были уплачены налогоплательщиком сверх суммы налога, и по сути являются его личными средствами.

Программа поддержки искусства по принципу «отмеченных долларов» появи-



лась в 1985 году в Орегоне. Из 50-ти штатов США он находился на предпоследнем месте по государственным расходам на искусство, в связи с чем

и возникла потребность в альтернативных источниках. Программа оказалась очень успешной, и генерировала порядка \$150 тыс. в год. В налоговой декларации того времени фигурировало всего два проекта, связанных с «отмеченными долларами», утвержденные штатом. Однако в связи с очевидным позитивным эффектом власти стали расширять перечень организаций-участников.

Популярность программ «отмеченных долларов» объясняет рост конкуренции между некоммерческими организациями за возможность участия в них. Однако большое количество организаций-участников приводит к уменьшению переводимой налогоплательщиком суммы, к размыванию ресурсов и в целом к спаду эффективности самой программы²⁶.

Роль государства в развитии фандрайзинга: российские перспективы

Исходя из западного опыта, А. Рубинштейн предлагает новый метод финансирования культуры в России: стимулирование физических и юридических лиц к благотворительной деятельности путем развития инструментов налогового протекционизма: маркированных налогов и индивидуальных бюджетных назначений («процентная филантропия»).

К маркированным налогам относятся «специальные налоги, предусматривающие прямое направление в сферу культуры доходов от конкретных видов налогов и сборов. Их перечень должен устанавливаться налоговым законодательством или иными нормативными актами. В качестве таких налогов, поступления от которых направляются в сферу культуры, могут использоваться налоги от доходов государственной лотереи, тотализаторов и букмекерских контор, туристический налог, налог на доходы от проката зарубежных кинофильмов, отчисление от сметной стоимости строительства или реконструкции общественных объектов, акцизные сборы на табак и алкоголь и пр.»²⁷

«Процентная филантропия» имеет сходство с американской программой *tax credits* и предусматривает самостоятельный выбор налогоплательщика относительно получателя средств от распределения небольшой части налога (в пределах 2%). Данная программа позволяет гражданам напрямую участвовать в распределении бюджетных средств для финансирования некоммерческих организаций.

Маркированные налоги и индивидуальные бюджетные назначения, по мнению А. Рубинштейна, также могут стать основой для формирования эндаумент-фондов (фондов целевого капитала), создающихся специально для финансового обеспечения гуманитарных программ. Юридически это стало возможно после вступления в силу

Федерального закона №275-Ф «О порядке формирования и использования целевого капитала некоммерческих организаций», но реализации мешает нехватка финансовых ресурсов²⁸.

Мы полагаем, что предложенные модели общественной поддержки могут существенно улучшить финансовое положение театров. Отдельная тема для обсуждения – принципы составления списков организаций для участия в программах «налогового протекционизма». Беспристрастное выделение тех театров, которые объективно нуждаются в дополнительном финансировании – обязательное условие, которое предотвратит использование этих программ в личных и коррупционных целях. Ведь сейчас фандрайзеров (то есть организаций и отдельных деятелей искусства, претендующих на материальную поддержку) больше, чем доноров, число которых значительно сократилось в связи с экономическим кризисом 2014-2017 гг.

Невозможно ввести волевым порядком представленные модели общественной поддержки. Для этого должна быть, как минимум, подготовлена законодательная база и разработаны механизмы учета средств, переводимых от налогоплательщиков к организациям-получателям помощи. Более сложная проблема – развитие филантропических взглядов и привычек. На сегодняшний момент материальное положение людей (особенно в регионах) не располагает к финансированию организаций культуры, а учреждение хотя бы одной из перечисленных программ потребует времени на приобретение доверия со стороны граждан. По словам Л. Пиетра Эдлса «дарение денег не является инстинктивным, люди ему учатся. Фандрайзеры учат жертвовать, постоянно создавая условия для развития филантропических взглядов»²⁹.

В этом смысле государство тоже можно назвать своеобразным фандрайзером, временно аккумулирующего средства людей с дальнейшим их переводом по назначению.

- 1 По итогам заседания круглого стола ЮНЕСКО, Монако, 1967. Источник: Cultural policy: a preliminary study (Paris, UNESCO, 1969), с. 5, 7.
- 2 Драгичевич-Шешич М., Стойкович Б. Культура: менеджмент, анимация, маркетинг. Новосибирск: «Тигра», 2000. С. 26.
- 3 Востряков Л. Культурная политика: основные концепции и модели. С. 16. <http://culture29.ru/upload/medialibrary/0bf/0bf4cb9753cded37c6339eae422bbc7.pdf>.
- 4 Абанкина Т. Модели государственной поддержки культуры: теоретические основания и финансовые инструменты/К проекту закона «О культуре в Российской Федерации». Материалы исследований. М.: Государственный институт искусствознания, 2015. С. 108–113.
- 5 Там же. С. 112.
- 6 По данным Государственного доклада о состоянии культуры в Российской Федерации в 2015 году. <http://mkrf.ru/report/report2015/>
- 7 Распоряжение правительства РФ от 10 июня 2011 года №1019-р «Об одобрении Концепции долгосрочного развития театрального дела в Российской Федерации на период до 2020 года». <http://docs.cntd.ru/document/902284436>.
- 8 Игнатьева Е.Л. Экономика культуры: учебное пособие. 4-е изд., изм. и доп. М.: Российский университет театрального искусства – ГИТИС, 2013. С. 102.
- 9 От англ. *crowd* – толпа и *funding* – финансирование.
- 10 От англ. *fund* – денежное средство, финансирование и *raise (to)* – добывать, доставать. В русском языке используются два варианта написания «фандрайзинг» и «фандрейзинг».
- 11 Экономика культуры: учебник/ Под ред. А.Я. Рубинштейна. М.: 2005. С. 557.
- 12 Игнатьева Е.Л. Экономика культуры: учебное пособие. 4-е изд., изм. и доп. – М.: Российский университет театрального искусства – ГИТИС, 2013. С. 104.
- 13 Дымникова А.И., Иксанов А.Г. Ресурсное обеспечение учреждений культуры в условиях рыночной экономики. М.: Театралис, 2008. С. 115.
- 14 Абанкина Т. Источники привлечения средств в культурные некоммерческие проекты (фандрайзинг)//Справочник руководителя учреждения культуры, 2002, №0, апрель. С. 75.
- 15 Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 №38-ФЗ. http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/
- 16 Колбер Ф., Маркетинг культуры и искусства. СПб.: АртПресс, 2004. С. 190.
- 17 Котлер Ф., Шефф Дж. Все билеты проданы. Стратегии маркетинга исполнительского искусства. М.: Классика-XXI, 2004. С. 589–632.
- 18 Бояков Э. Не простая, а золотая/ Беседу вел П. Руднев//Культура, 1996, №47, 7 декабря. С. 1.
- 19 Федеральный закон «О меценатской деятельности» от 04.11. 2014 №327-ФЗ <https://rg.ru/2014/11/07/mecenat-dok.html>.
- 20 Крутчинская О. Пошаговая инструкция: получить деньги на проект от спонсора//Справочник руководителя учреждения культуры, 2017, №3, март <https://www.cultmanager.ru/>
- 21 Котлер Ф., Шефф Дж. Все билеты проданы. Стратегии маркетинга исполнительского искусства. М.: Классика-XXI, 2004. С. 589–632.
- 22 Ляликова А. Зачем миллиардер Сергей Гордеев подарил государству театр Женовача? <http://www.forbes.ru/milliardery/342629-zachem-milliardier-sergey-gordeev-podaril-gosudarstvu-teatr-zhenovacha>.
- 23 Мурачковский Ф. Как запустить успешный краудфандинговый проект// Справочник руководителя учреждения культуры, 2015, №12, декабрь <https://www.cultmanager.ru/>
- 24 Музычук В.Ю. Примеры общественной поддержки культуры: конкретные примеры. М.: ГИИ, 2015. С. 121.
- 25 Институты общественной поддержки/ Под ред. А.Я. Рубинштейна. – М.: ГИИ, 2016. С. 60.
- 26 Институты общественной поддержки/ Под ред. А.Я. Рубинштейна. – М.: ГИИ, 2016. С. 65.
- 27 К проекту закона «О культуре в Российской Федерации». Материалы исследований. – М.: ГИИ, 2015, С. 132.
- 28 Рубинштейн А.Я. Инновационная модель финансирования культуры//Справочник руководителя учреждения культуры, 2016, №2, февраль <https://www.cultmanager.ru/>
- 29 Edles Peter L. Fundraising: Hands-on tactics for non-profit groups. NewYork: McGraw-Hill, 1993. P. 53.

