

МЕЦЕНАТСТВО КАК ФОРМА ПОДДЕРЖКИ МУЗЫКАЛЬНОГО
АКАДЕМИЧЕСКОГО ИСКУССТВА

©2010 О.В.Белоцерковский

Саратовская государственная консерватория имени Л.В.Собинова

Статья поступила в редакцию 25.06.2010

Сейчас в российской музыкальной культуре наблюдается возрождение антрепренёрства (продюсерства), взаимосвязанного с традицией русского меценатства. В этом контексте рассматриваются источники финансирования культуры, формы благотворительности, общественные фонды, значимые для развития академического искусства; отличия российского спонсорства от зарубежного; отмечается важность введения закона о благотворительности.

Ключевые слова: меценатство / спонсорство, музыкальное продюсерство, академическое музыкальное искусство, формы благотворительности, общественные благотворительные фонды, финансирование культуры, концертный бизнес.

В современной России зарождается и стремительно развивается новый тип руководства культурой в виде продюсирования художественно-творческих проектов, которое становится важной опорой в развитии отечественного музыкального искусства: без должной организации концертной деятельности развитие искусства протекало бы замедленными темпами. Индивидуальное руководство, выраженное персонализированной формой профессиональной деятельности в лице музыкального продюсера, нередко осуществляется через организацию концертных мероприятий, представляющих академическое искусство. Многочисленные проявления индивидуальных форм продюсерства, а таковые представлены конкретными творческими лицами, занимающимися предпринимательской деятельностью, лидируют в мире музыкального бизнеса. Бизнес, в свою очередь, становится неотъемлемым и весомым компонентом творческой карьеры современного композитора и исполнителя, что в большей степени относится к поп-музыке и в меньшей к элитарному искусству¹. И всё-таки музыкальное продюсерство, даже академического направления, подвергается всё большей коммерциализации. То же касается исполнительской и композиторской практики, хотя в своё время

С.Рахманинов всячески предостерегал авторов музыки от коммерческих целей: «Композитор не должен превращать своё искусство в бизнес»². Иными словами, сегодня, словно следуя витку гигантской исторической спирали, возрождается деятельность продюсеров (антрепренёров, музыкальных предпринимателей), как и покровителей искусства (спонсоров, меценатов). Происходит оживление вспомогательных индивидуальных видов подвижнической деятельности, оказывающих искусству определённую материальную поддержку и способствующих его продвижению, что говорит о возобновлении традиции русского меценатства.

О.Хлопина – сотрудник Государственного института искусствознания, изучающая на рубеже веков практику благотворительности – на примере развития театрального рынка России в рамках маркетингового исследования – констатирует: «29 процентов от общего объема благотворительных акций приходится на эстраду, на театральную деятельность – 22 процента, музыку – 10, издательскую и литературную деятельность – 13, музеи и выставочную деятельность – по 9 процентов»³. В целом, источники финансирования организаций культуры делятся на несколько групп. Среди них – привлечённые средства (инвестирование со стороны спонсоров),

¹ Белоцерковский Олег Вениаминович, старший преподаватель кафедры камерного ансамбля и концертмейстерской подготовки, старший администратор концертного отдела, руководитель продюсерского центра «Мазстро». E-mail: belotser_oleg@mail.ru

¹ Белоцерковский О. Музыкальное продюсерство в шоу-бизнесе и академическом искусстве // Проблемы музыкальной науки. – Уфа: 2008. – № 2 (3). – С. 239 – 242.

² Рахманинов С. Литературное наследие: Воспоминания. Статьи. Интервью. Письма / Под ред. З.Апетян. – Т. 1. – М.: 1978. – С. 79.

³ Хлопина О. Меценаты и театр: до и после кризиса http://www.kulturaportal.ru/tree_new/cultpaper/article.jsp?number=48&rubric_id=218 (Дата обращения: 20.02.2010).

государственное и муниципальное финансирование, собственные средства творческой элиты. Спонсорство (меценатство) выражено разными формами, которые подробно раскрыты в книге А.Якупова «Печали и радости топ-менеджера в сфере искусства (от практики к теории управления)»⁴. Для привлечения внимания общественности к своему предприятию (фирме, организации, компании) спонсор использует *имидж-форму*, предметно демонстрируя свои денежные вливания в искусство (иногда он же становится рекламодателем). Например, проводить ежегодный фестиваль «Золотая маска» помогает генеральный спонсор – компания «Нескафе Голд». *Авторская форма* выражает собой акт личного меценатства, что усиливает престиж личности, повышает её социальный статус. *Персональная форма* спонсирования проявляется в патронаже конкретной творческой личности (чаще молодого возраста) в целях профессионального роста: именные стипендии, оплата обучения за границей, организация гастролей, приобретение дорогостоящих инструментов и т.д.

Ныне процесс спонсирования соответствует конкретным статьям финансирования и составляет примерно 10% от общей суммы государственных бюджетных выплат, предназначенных для культуры и искусства (такая процентная цифра приводилась министром культуры РФ А.Авдеевым в СМИ 7 июля 2009 года). В России только 2% от прибыли предприятия, перечисленные на культуру, освобождены от налога, тогда как в США – 10%, впрочем, как указывает американский ученый Д.Джевникер, реальная цифра достигает лишь 3%⁵.

В той же книге А.Якупов предлагает упорядочить спонсорскую деятельность, объединив её вокруг специальных «общественных фондов» во главе с компетентными, широко образованными и добросовестными специалистами⁶. Такие зарекомендовавшие себя благотворительные фонды, как «Русское исполнительское искусство» и «Новые имена», открытые ещё в 90-е годы и спонсируемые крупными российскими промышленниками, банкирами, бизнесменами, занимаются предоставлением грантов, поддержкой интересных проектов и другими творческими начинаниями, обеспечивают в разных уголках России стипендией молодых, подающих надежды музыкантов⁷. Вместе с тем, он замечает тенденцию к

слиянию некоторых форм спонсирования, например, общественный фонд часто носит имя выдающегося музыканта-мецената (фонды В.Спивакова, В.Крайнева, М.Ростроповича и Г.Вишневской, Н.Петрова и др.).

Из крупных организаций, реально действующих на территории нашей страны, выделяются Российский фонд культуры, основанный ещё в 1986 году, который считается неправительственной организацией (его работа поддерживает инициативы по культурному развитию РФ) и Российский гуманитарный научный фонд, созданный в 1994 году, который помогает проводить научные исследования во всех областях гуманитарных знаний. Особо выделяется Фонд П.Чайковского (Москва), ведающий распределением премии «Золотой Аполлон» среди выдающихся исполнителей современной России, и Благотворительный фонд Ю.Башмета, учредивший в 1995 году премию имени Д.Шостаковича⁸.

Отметим, что некоторые формы благотворительности, подвергшиеся коммерциализации, потеряли тот высокий духовный стержень, который составлял основу издревле христианской традиции (конечно, это не касается истинных меломанов, бескорыстно «несущих» традицию). Имеют место и такие случаи «поддержки» академического музыкального искусства, когда главенствующим становится демонстрация финансовой силы и могущества перед конкурентами, утверждение личного статуса, утешение самолюбия. Неслучайно выдающийся композитор современности С.Слонимский задаёт читателю своего публицистического эссе «Мысли о композиторском ремесле» риторический вопрос: «Устали ли вообще гуманизм, идеализм, совесть, честь, благородство?»⁹.

⁸ По сведениям 2003 года, среди других «культурно-фондовых» организаций функционируют следующие: Фонд БФШ, осуществляющий деятельность в области искусства, естественных и гуманитарных наук, Фонд Евразия, финансирующий культурные мероприятия, Фонд Кресте, предоставляющий гранты на развитие науки, искусства и пр., Фонд Кэрбера, сосредоточенный на поддержке культурных проектов, Фонд Линды и Гарри Брэдли, а также Фонд Рибок, финансирующие исследования в области культуры и социальных проблем, Фонд Симона и Чинно дель Дука, осуществляющий деятельность в области науки, культуры и искусства, Фонд Форда, который финансирует программу «Культура, искусство и журналистика», Фонд Ч. и А.Линдбергов предоставляет гранты на искусство, установление межкультурных связей, исследования в области культуры. Наряду с перечисленными имеются также образовательные фонды, фонды по охране памятников искусства и культуры (см.: Благотворители и меценаты прошлого и настоящего: Словарь-справочник от А до Я / Авт.-сост. М.Макальская, Н.Бобровская. – М.: 2003).

⁹ Слонимский С. Мысли о композиторском ремесле. – СПб.: 2006. – С. 23.

⁴ Якупов А. Печали и радости топ-менеджера в сфере искусства (от практики к теории управления). – М.: 2007. – С. 198 – 214.

⁵ Джевникер Д. Искусство и бизнес: разными путями – к одной цели // Культура и власть. – СПб.: 1994. – С. 80.

⁶ Якупов А. Печали и радости топ-менеджера... – С. 211.

⁷ Там же. – С. 213.

Разные формы поддержки музыкального искусства в стране, как в зеркале отражающие изменения её менталитета, не лишены своей самобытности. В сегодняшней России, в сравнении с дореволюционным периодом истории, сложилась отнюдь не простая картина с меценатством. С одной стороны, без государственной поддержки и фондового спонсирования музыкальное искусство вообще не смогло бы выжить. С другой – налицо слабый институт индивидуального меценатства. Создаётся впечатление, что российские олигархи полностью отвернулись от академического искусства (отметим, что согласно данным журнала «Forbs», до кризиса 2008 года в нашей стране насчитывалось 98 миллиардеров!). С.Слонимский верно подмечает, что «вкусы и интересы <...> богатых слоёв общества на стороне развлекательной массовой культуры, а иногда и антикультуры»¹⁰.

Европейские идеалы благотворительности тоже приобрели иной характер: это не поддержка ближнего или сострадание к нему, а скорее ожидание воздаяния за милостыню. Сравним спонсорство в России с некоторыми другими странами мира, где всегда прослеживается особое свойство: преклонение перед благодетелями культуры и искусства.

Филантропия как дух благотворительности наблюдается в США, где существует Национальный комитет поддержки искусства; правительственные гранты составляют 50% стоимости проекта. Здесь на жёсткой правовой основе наряду с частной формой поддержки искусства функционируют такие коллективные формы, как корпоративная филантропия, спонсорство, неденежный вклад, фонды, гранты. Уже на рубеже 60–70-х годов корпоративная филантропия составляла солидную долю от числа всех инвестиций в культуру, так как таким путём повышалась общественная репутация самих корпораций, их престиж. При этом чёткая граница разделяет некоммерческое искусство от коммерческого, в котором доминирует индустрия развлечений, отвлекающая публику от повседневности и социальных опасностей.

В отличие от российских организаций, представители американских корпораций проходят специальное обучение, где получают информацию о нуждах учреждений культуры и искусства, их целях и интересах, о видах помощи, о специфике разноуровневых аудиторий реципиентов. Нередко это волонтеры из корпорации, которые «являются опытными менеджерами, бухгалтерами, специалистами по рекламе, компьютерными экспертами, финансистами и юри-

стами»¹¹. Особое распространение получают взаимовыгодные корпоративные проекты, совмещающие интересы творческих организаций и бизнеса. Такое сочетание, как искусство и туризм, только Нью-Йорку приносит в экономику города крупный ежегодный вклад в сумме миллиард долларов.

Один из видных американских деятелей культуры Д.Брадемас, участвовавший в работе международного семинара «Культура и власть», проходившего в Санкт-Петербурге весной 1993 года, сообщил, что ещё в 1965 году он был одним из авторов закона по культуре, утверждённого Конгрессом страны. Закон установил: «Основным источником средств для искусства в США должен быть частный сектор, поэтому гранты НКИ (Национальный комитет искусства. – О.Б.) предоставляются организациям культуры и искусства при условии, что средства не должны ограничиваться федеральными деньгами, но должны включать и средства частных лиц и фонды государственных или местных властей на паритетных началах, в сочетании один к одному»¹².

Э.Мак-Илрой в своём пособии по фандрейзингу «Культура и бизнес»¹³, специально адаптированном к российскому читателю, рассекречивает выработанную и отточенную за долгие годы английскую систему ведения культурной политики. Исторически предопределяя связь искусства, денег и общества, он отмечает всё возрастающее значение культуры в процессах экономического и социального развития государства. Именно организации культуры должны убеждать финансистов, что их вложения не служат сфере развлечений, а укрепляют фундамент общества. Называя особенности работы со спонсорами и пути, стимулирующие привлечение внебюджетных средств, автор раскрывает пять аргументов в пользу культуры: 1) Так как знакомство с культурными памятниками и традициями стран, в том числе и России, по линии туризма взаимосвязаны, можно улучшать её инфраструктуру, обеспечивая тем рост экономики. 2) Культура способствует объединению общества в сторону его демократизации; её финансирование ведёт к созданию социальной общности, просветительства, позитивной атмосферы общества будущего. 3) Для развития бизнеса в странах с ослабленной экономикой, к каким относят-

¹¹ Джевникер Д. Искусство и бизнес: разными путями – к одной цели // Культура и власть: Материалы российско-американского семинара. – СПб.: 1994. – С. 81.

¹² Брадемас Д. Управление и искусство // Культура и власть: Материалы российско-американского семинара. – СПб.: 1994. – С. 23.

¹³ Мак-Илрой Э. Культура и бизнес. Путеводитель по фандрейзингу / Пер. с англ. – М.: 2005.

¹⁰ Слонимский С. Мысли о композиторском... – С. 4 – 5.

ся и Россия, важно изменить (снять) негативное восприятие страны, используя культуру как средство саморекламы путём ассоциативного названия компаний с определённым видом культурной деятельности. 4) Творческий потенциал общества, заложенный в развитии молодого поколения, зависит от инициативных и продуктивных идей, разработанных только в культурном секторе и направленных на индустрию будущего: туризм, индустрия развлечений, высокие технологии. 5) Искусство позитивно; обладая системой ценностей и убеждений и оперируя категориями качества и совершенства, оно способствует развитию креативного начала личности, вносит творческий компонент в бизнес, в бизнес-образование и в общество.

Отмечая своеобразие приводимых Мак-Илроем идей и дополняя их, обозначим важность организации в системе бизнеса и культуры самых разных совместных мероприятий практического свойства, построенных, к примеру, по типу семинаров по музыкотерапии, проводимых для бизнесменов на шведском острове Готланд искусствоведам М.Казиником.

Благотворительность весьма развита и в странах Востока, особенно в Японии, где щедрость отдельных граждан и корпораций расценивается как позитивное явление. При этом наблюдается своеобразный синтез: талант быть филантропом множится на любовь к прекрасному искусству. Меценатство в классе предпринимателей Японии рассматривается как сугубо историческая традиция (возможно, на этом сказывается культ предков, идущий из Китая от конфуцианства). Известна, к примеру, древняя традиция «тэракоя» (тип церковноприходских школ для просвещения народа, существовавших за счет пожертвований и покровительства отдельных состоятельных лиц), строгий режим, идущий от военных правителей средневековья «сёгунов», система «измото», основанная на создании замкнутых элитарных художественных школ с разными социальными группами (музыка «гагаку»), позднее, впрочем, социальные различия стали несколько стираться. В послевоенный период наметилось реальное проникновение в сферу культуры крупного бизнеса, сосредоточенного в крупных корпорациях. Новая финансовая элита, ставшая источником для культурного развития Японии, с особым вниманием относится к сохранению и развитию национальных духовных ценностей страны¹⁴. Отметим и то, что музыкальное продюсерство зависит от проводимой в стране культурной политики, которая выступает в роли своеобразного «генерального продюсера» её художественной жизни. В этой связи особую важ-

ность приобретает разработка правовых актов, включающая в т.ч. и проект закона о спонсорах/меценатах, который, со всей очевидностью, должен находиться в более «мягком» правовом поле для некоммерческого искусства. Подобный закон о благотворительности уже действовал в нашей стране в начале 90-х годов, но недолгое время. 5% от размера прибыли при условии её расходования на культуру не облагался налогом, что вызвало искреннюю заинтересованность коммерсантов в постоянной поддержке искусства, стимулировало рост концертов, фестивалей, конкурсов. Ныне такая практика существует только в столице¹⁵. Установление, вернее, возобновление такого закона и претворение его в жизнь не только облегчило бы труд продюсеров, но и плодотворно сказалось на оживлении концертной деятельности, особенно в российской провинции. Благотворительность как акция социального порядка способна привлечь в концертные залы неимущие слои населения. Именно сейчас обсуждаемая в обществе инициатива, связанная с разработкой и установлением российским законодательством такого закона, приобретает особую остроту: без него российский концертный бизнес академического направления не имеет будущего.

Итак, в настоящее время широкое распространение, хотя и явно недостаточное для полноценного развития академического музыкального искусства, приобретает спонсорство, что говорит о возрождении русской традиции меценатства. К меценатам / спонсорам относятся не только выдающиеся деятели искусства, представители художественной элиты и другие истинные подвижники высокого искусства, но и общественные фонды, способные оказывать финансовую поддержку и иные благотворительные услуги талантливым музыкантам.

Истинное предназначение бескорыстной деятельности филантропа имеет особый акцент. Самых мастеров художественного искусства – главных производителей культурного достояния страны – принято считать бизнесменами и лучшими антрепренёрами. Неслучайно девиз Бизнес-комитета искусств, функционирующего в странах Запада, гласит: «Вложения бизнеса в искусство – это не просто признак успеха, <...> они являются путём к нему».

¹⁴ Катасонова Е. Японские корпорации: культура, благотворительность, бизнес. – М.: 1992. – С. 42 – 53.

¹⁵ Городская целевая комплексная программа «Культура Москвы 2005–2007 гг.». Приложение к постановлению Правительства Москвы от 5 апреля 2005 г. № 180-ПП; Есаков В. Управление культурой в современных рыночных условиях (теория и практика Москвы) // Обсерватория культуры. – 2007. – № 4. – С. 52 – 59.

ART PATRONAGE AS A FORM OF MUSICAL ACADEMY ART SUPPORT

© 2010 O.V.Belotserkovsky^o

Saratov State Conservatory named after L.V.Sobinov

A revival of an impresario's (producer's) activity connected with Russian art patronage tradition at the present Russian musical culture is observed in the article. At this context, the important financing sources of culture, forms of charity, public funds, differences between Russian and foreign kinds of academy art sponsorship are examined, with the focus on importance of introducing an effective charity law into Russian practice.

Keywords: art patronage / sponsorship, musical production, musical academy art, charity forms, public charity funds, culture financing, concert business.

^o *Oleg Veniaminovich Belotserkovsky, Chief Lecturer at Chamber of ensemble and accompany training, chief administrator of Concert department, director of «Maestro» Production Centre.
E-mail: belotser_oleg@mail.ru*