

**М. Б. ПИОТРОВСКИЙ,**  
член-корреспондент Российской академии наук и Российской академии  
художеств, доктор исторических наук, профессор, директор Государст-  
венного Эрмитажа

## МЕЦЕНАТСТВО — ЯВЛЕНИЕ КУЛЬТУРЫ

Сегодня в России практически невозможно увидеть афишу культурного мероприятия, будь то выставка, концерт, спектакль, творческий вечер и тому подобные мероприятия, где не было бы более или менее объемного раздела под названием “спонсоры”. Это уже довольно давно воспринимается как неотъемлемая черта времени, в некотором смысле — символ нашей эпохи. Государство беднеет, некоторые его граждане богатеют и почему-то готовы часть своих доходов (пусть самую незначительную) тратить на нужды культуры. Казалось бы, ничто их к этому не подвигает: ни налоговое законодательство, ни иные формальные обстоятельства. Однако факт остается фактом — с потерей государственного финансирования количество культурных акций возросло, а не уменьшилось. При этом законодательные вопросы не теряют своей актуальности, нуждаются в скорейшем разрешении и приведении к мировым стандартам, опробованным многолетней практикой.

Сотрудничество с меценатами и спонсорами не только позволяет музею получать значительную финансовую помощь, но и, если говорить более широко, является важным каналом взаимодействия музея с обществом. Следует напомнить, что такие музеи, как Эрмитаж, никакие спонсоры содержать не могут, их должно содержать государство на свои деньги. Все остальное — деньги частных лиц или корпораций — может быть лишь частью, хотя и очень важной, уже потому, что эти источники и средства, из них черпаемые, регулируются самим музеем. Этими деньгами определяется степень свободы, которую имеет музей, как и теми, которые он получает за входные билеты. Так что спонсоры обеспечивают нашу свободу, а вовсе не наоборот, как иногда приходится слышать.

Вообще же, в нашей стране есть или, скорее, было убеждение, что культуру должно содержать государство, и постепенно это убеждение возвращается, на идеологическом уровне во всяком случае, и это правильно. Общество ответственно за свои культурные учреждения. И они не могут зависеть от того, достаточно ли в данный момент спонсоров. В таком обществе, как наше, эта обязанность в первую очередь ложится на государство — так же, как например, во Франции. Но есть и другая сторона этой проблемы — взаимоотношения культуры и общества. Каждый человек должен думать о том, как он лично может участвовать в жизни культурных учреждений. Такой опыт личного участия очень характерен, скажем, для Америки. Там меценатство стало явлением культуры. Ведь большинство музеев частные, но принадлежат они, конечно, не одному человеку, а целой общине. Спонсоры и меценаты там являются представителями общества, а не только самих себя.

Кстати, надо понимать разницу между меценатом и спонсором. Меценат — это человек, который просто дает музею или театру деньги, иногда определяя заранее, на что эти деньги должны быть потрачены. Спонсор же всегда имеет определенный расчет. Есть крайние формы спонсорства, они имеют широкое бытование, например, в Германии. Спонсор дает деньги, потом музей, условно говоря, проведя выставку, отчитывается перед ним в своих доходах, и вот эти доходы возвращаются к спонсору. То есть спонсор обязательно имеет какие-то коммерческие интересы. Кроме того, он заинтересован в рекламе в разных формах. Или в праве использовать музей для своих собственных мероприятий. У нас недавно была в гостях руководительница отдела развития Музея Метрополитен, она делала в Эрмитаже доклад и рассказывала, в частности, почему те или иные фирмы выступают спонсорами тех или иных выставок. Причины бывают самые разные. Иногда, скажем, фирме нужно установить хорошие отношения с населением Новой Зеландии и она помогает сделать выставку

новозеландского искусства в Нью-Йорке. Но даже этот спонсорский расчет отражает понимание ответственности общества за учреждения культуры. Это не прямой, чистый расчет, то есть расчет, разумеется, но не только. У наших коллег на Западе есть довольно твердые представления о том, что можно и что нельзя разрешать спонсору. Надо сказать, что не так много им разрешают делать. Конечно, спонсор выставок, например, имеет право написать свое имя на определенном наборе печатной продукции, оговариваемом договором. Если спонсор финансирует строительство, то оговаривается, где об этом пишется. В своей работе мы ориентируемся на такие музеи, как Национальная галерея в Вашингтоне, где установлены очень строгие правила взаимоотношений со спонсорами. Все, что получает спонсор, как уже было сказано, определяется договором, который составляют юристы. Это вещи открытые, информация доступна почти всем, заинтересованным ее получить. Модель такого договора каждый раз разрабатывается индивидуально. Мы недавно проводили интервью с представителями разных фирм, работающих в Санкт-Петербурге, западных и отечественных. Мы спрашивали, чего бы они хотели, если бы стали спонсорами музея. Ответы были очень разные. Многие хотели бы просто хорошо выглядеть в глазах общества и подтверждать необходимость своего присутствия в нем. Некоторые говорили, что таким образом хотели бы поднять свой престиж перед властями. Из этого мы сделали вывод, что каждый раз необходимо очень внимательно разрабатывать договор.

Первыми нашими партнерами были западные фирмы, а самым первым спонсором Эрмитажа стала компания "Кока-кола". Они пришли и сказали, что готовы дать такую-то сумму (это, кстати, самый большой взнос, который они когда-либо делали за пределами США). Они спросили, что бы мы могли предложить. Мы предложили оборудовать лабораторию по реставрации темперной живописи. Для нас это был совершенно новаторский проект (темперную живопись всегда реставрировали так же, как масло, хотя это разные техники). Нам давно хотелось построить такую лабораторию, потому что и русская иконопись, и ранняя итальянская живопись, и испанская должны реставрироваться по специальной технологии. "Кока-кола" вложила в этот проект 310 тысяч долларов, причем 10 из них дал лично президент компании. Вот это был жест чисто меценатский, примерно столько же денег вложили мы в капитальный ремонт здания. Лаборатория уже работает и будет, конечно же, развиваться. В сотрудничестве с "Кока-колой" мы прошли все азы. Был заключен договор, очень четкий и ясный. К нашему удивлению, на нас тогда многие нападали, говорили, что мы продались за сладкую водичку и так далее. В результате же этой сделки открыта лаборатория, а все, что имеет компания, — это таблички внутри здания, где написано, что оно построено с ее помощью. Ну и, конечно же, я все время об этом говорю, что, кроме того, положение фирмы в городе сильно изменилось, она стала очень уважаема. Мы благодаря этому сотрудничеству многому научились: составлять договоры, получать деньги, что совсем не так просто, как может показаться. Каждый год мы предоставляем отчет, и только после этого нам выписывают новый чек. Это были по-настоящему серьезные деловые отношения.

Начинали мы, как я уже говорил, с западными фирмами. С нашими получалось достаточно сложно. Мы пытались работать с ними по западным образцам, ходили, предлагали себя, не очень активно, но все же... Из этого ничего не получилось. Некий прорыв произошел в прошлом году, когда нашим спонсором стал Московский международной банк (Петербургское отделение), он участвовал несколько раз относительно скромными вложениями в выставочных программах, например, в организации выставки "Данаи". Затем некоторые предприятия Петербурга проявили заинтересованность, скажем, завод "Пирометр", который иногда дарит Эрмитажу разные необходимые приборы: ксероксы, агрегаты для поддержания искусственного климата и так далее. Сейчас с ним ведутся переговоры о финансировании информационного бюллетеня для "Общества друзей Эрмитажа".

Последнее значительное событие в этой области — заключение договора с ОНЭКСИМ Банком и его местным филиалом БалтОНЭКСИМ Банком о долговременном сотрудничестве.

Начиналось все это с издательской программы. Мы задумали издавать архивы Эрмитажа — и полиграфически, и в Интернете. Когда этот проект обсуждался с представителями банка, ответственными за культуртрегерскую деятельность, было решено, что целесообразно заключить более общий договор и пытаться совместно осуществлять и другие программы. Проект этого сотрудничества был довольно подробно разработан, а затем здесь, в моем кабинете, мы с Патаниным подписали договор. Происходило это все довольно скромно: мы дали пресс-конференцию и устроили небольшой фуршет. Соглашение предполагает, что сотрудничество будет осуществляться в тех программах, которые окажутся взаимно интересными. Здесь тоже очень деловой подход, то есть мы представляем проект, а банк его рассматривает. Деньги даются не “вообще”, а только на конкретные дела. Есть еще одна очень важная сторона нашего сотрудничества. Эрмитажу довольно часто бывает необходима консультативная помощь, ее можно назвать юридической, и ОНЭКСИМ Банк ее охотно оказывает. Кроме того, этот же банк, возможно, станет нашим консультантом и отчасти профинансирует большой проект реконструкции здания Генерального штаба. Оно уже передано музею, сейчас оформляются документы. Там разместятся отделение декоративного искусства и целый комплекс лекториев и прочих посещаемых заведений, о чем я уже рассказывал в вашей газете. ОНЭКСИМ Банк обещал оплатить первый предварительный этап реконструкции — исследовательские работы. Мы уже начали переговоры с некоторыми фирмами, которые, возможно, будут осуществлять этот проект. Он, конечно же, довольно дорогой. Только на первом этапе потребуется 200 тысяч долларов, так что без помощи банка нам не справиться.

Уже несколько лет существует “Общество друзей Эрмитажа”. Это частные лица, помогающие музею. Отделения этого общества открыты в нескольких странах: США, Голландии, где в этом году собрали примерно миллион долларов на проект, который называется “Новая крыша для Рембрандтов”, то есть на реставрацию крыши здания Нового Эрмитажа. Недавно образовано отделение общества в Японии, уже успевшее перечислить довольно крупную сумму для строительства нового фондохранилища. Громадных денег эти люди дать не могут, но сам факт их существования для нас очень важен.

Благотворительность в нашем Отечестве очень строго регламентирована законами, гораздо строже, чем какая-нибудь другая деятельность. Мы все время должны предоставлять отчеты об использовании поступающих средств. Их можно тратить только по так называемому целевому назначению, то есть именно на те проекты, которые были изначально оговорены, и ни на что другое. Например, сегодня я подписывал письмо одному из российских спонсоров, который делал благотворительный взнос на подготовку выставки эрмитажного фарфора в Женеве. Деньги эти для самой выставки не понадобились, и теперь мы должны получать у спонсора письменное разрешение использовать его деньги на другие цели.

В общем, в данном случае наши порядки сходны с теми, что установлены в мире. Везде существует очень строгая отчетность. Сугубо российская проблема одна — как оформить спонсорские взносы таким образом, чтобы с них не брали целого ряда налогов, считая их доходами. Спонсорская помощь положительно сказывается на жизни сотрудников музея.

Мы имеем право тратить на сотрудников часть средств, которые зарабатывает музей. Конечно же, за счет спонсорских средств мы не можем увеличивать зарплаты, но если они регулярно поступают, то освобождается часть денег, полученных от продажи билетов, и они тратятся на разные выплаты. В этом году нам удалось увеличить доходы сотрудников примерно в три раза. Надо, правда, помнить, что средняя зарплата здесь составляет около 450 тысяч.

Я надеюсь, что законодательные вопросы будут решены таким образом, чтобы сотрудничество учреждений культуры с меценатами и спонсорами вышло на качественно новый уровень. В этом заинтересованы и государство, и общество, и учреждения культуры, и каждый в отдельности человек.