

шенствуется индустрия культуры, происходит не только удовлетворение потребностей аудитории, но и создаётся новая система взаимоотношений субъектов шоу-бизнеса и государственных структур.

### Список литературы

1. Амеличкин А.В. Интернет-промоушен культурно-досуговых программ // Духовно-историческое наследие России в театре, кино и фотографии: материалы межрегионального круглого стола. Орел: ОГИК, 2020. С. 13-17.
2. Амеличкин А.В. Маркетинговые коммуникации в социально-культурной сфере: учебное пособие для бакалавров. 2-е изд., доп. Орел: ОГИК, 2018. 131 с.
3. Амеличкин А.В. Организация рекламной кампании учреждения культуры // Границы возможного в рекламном и PR-креативе: Сборник научных трудов / Под общ.ред. Е.В. Симоновой. Орел: ОрелГУЭТ, 2017. С. 18-22.
4. Суминова, Т.Н. Арт-менеджмент: теория и практика: учебник для вузов сферы культуры и искусства. М.: Изд-во Академический проект, 2020. 665с.
5. Суминова, Т.Н. Арт-менеджмент. Реализация государственной политики в сфере культуры и искусства. М.: Изд-во Монография, 2017. 167с.
6. Тульчинский. Г.Л. Менеджмент в сфере культуры: учеб. пособие. 4-е изд. СПб.: Изд-во Лань, 2016. 528 с.
7. Арт-менеджмент: учебное пособие / Ред. А.Б. Титов, М.Ю. Платонов, Ю. Ю. Платонова, Д. Г. Кучеров. Санкт-Петербургский гос. ин-т психологии и социальной работы, 2016. 226 с.
8. Арт-менеджмент: учебное пособие / Ред. Л.Н. Жуковская, С.В. Костылев, В.С. Лезан и др.]; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский федеральный университет. Красноярск : СФУ, 2016. 185 с.

**Шелег Е.А.,**  
студент, Белорусский государственный  
университет культуры и искусств,  
г. Минск, Республика Беларусь

### **Внедрение фандрайзинговых технологий в деятельность музыкальных театров Беларуси**

В современном обществе театр играет значимую роль в формировании человеческого капитала и преемственности нравственных и культурных ценностей, что, в свою очередь, гарантирует становление общества и социально-экономического развитие государства.

Фандрайзинг в сфере культуры, в том числе и в театральной деятельности, – это сравнительно новое направление социокультурного менеджмента, его целью является привлечение внебюджетных поступлений для деятельности учреждений культуры.

**Ключевые слова:** театральная деятельность, источники финансирования, фандрайзинг, спонсорство.

**Sheleg E.A.,**  
student, Belarusian State  
University of Culture and Arts,  
Minsk, Republic of Belarus

### **Introduction of fundraising technologies in the activities of musical theaters in Belarus**

In modern society, the theater plays a significant role in the formation of human capital and the continuity of moral and cultural values, which, in turn, guarantees the emergence of society and social and economic development of the state.

Fundraising in the field of culture, including theatrical activities – is a relatively new direction of socio-cultural management, its goal is to attract extra-budgetary revenues for the activities of cultural institutions.

Due to the cultural institutions' growing interest in fundraising, it is essential to figure this phenomenon out.

**Keywords:** theatrical activities, sources of financing, fundraising, sponsorship.

Сегодня нельзя отрицать роль театра в развитии, воспитании и самореализации личности, в гуманизации общества и сохранении национальной самобытности. Однако следует признать, что спектакли на сцене музыкальных театров, как правило, являются зрелищными и масштабными – соответственно, затратными и дорогостоящими.

В Беларуси на сегодняшний день поступления из государственного бюджета являются основным источником средств осуществления деятельности музыкальных театров.

К сожалению, бюджетное финансирование в ряде случаев позволяет лишь частично погашать расходы театра, например осуществлять только выплату заработной платы и частично возмещать расходы на оплату коммунальных услуг. Зачастую бюджетные средства, которые выделяются театрам, расходуются ими не на осуществление творческой деятельности, а на оплату материальных и трудовых ресурсов (начислений на фонд заработной платы, арендную плату, содержание вневедомственной и пожарной охраны и т. д.). Современная финансовая ситуация в стране диктует необходимость ускоренного внедрения фандрайзинга в практическую деятельность музыкальных театров.

Т.В. Карнажицкая дает следующее определение понятию «фандрайзинг»: «Фандрайзинг (Fundraising) (от англ. "fund" – запас, фонд, капитал, денежные средства и "raise" – поднимать, повышать) – организованный поиск и сбор финансовых и иных средств, в частности, для осуществления благотворительной поддержки социально значимых проектов, программ и акций, общественных институтов [2. с.18].

Часто это определение понимают буквально – поиск денег. На самом деле фандрайзинг предполагает сбор ресурсов разного вида. Это могут быть деньги, подарки, бартер, аренда помещения, труд волонтеров и т. д. В фандрайзинге главное не деньги, а цели, достижение которых требует поддержки.

Одним из важнейших условий использования фандрайзинговых технологий является соответствие театральной организации определенным критериям. К ним можно отнести положительный имидж, достаточный объем и доступность информации о театре, наличие освещенности его деятельности в СМИ и сети Интернет, а также веб-сайта театра, его наполнение и стиль.

На сегодняшний день наиболее часто используемыми из существующих возможностей внедрения механизмов фандрайзинга в деятельности музыкальных театров являются:

Корпоративные спонсоры.

а) выделение денежных средств:

- спонсирование с рекламными целями;
- инвестиционное финансирование;

б) материальное спонсорство/поддержка являет собой безвозмездное предоставление продукции и услуг:

- техническое спонсорство;
- поддерживающее спонсорство;
- бартерное спонсорство.

Ещё один важный элемент спонсорской поддержки в виде оказания услуг и выполнения работ. Спонсорство «громких» и масштабных постановок осуществляется для большой зрительской аудитории, в знаменитых театрах может стать важным элементом рекламной стратегии для многих компаний социально-культурной сферы.

Информационному партнёрству и СМИ следует уделить особое внимание. Средства массовой информации публикует афиши и анонсы предстоящих событий театра, постановок, освещают текущую деятельность театра, а театр, в свою очередь, оповещает свою зрительскую аудиторию о СМИ, выступивших информационными спонсорами – своего

рода обоюдная реклама. Все большее значение набирают интернет СМИ, социальные сети, блогеры и смежные по предназначению сайты. Интернет-реклама в настоящее время представляет собой один из важнейших элементов информационного партнерства.

Важными источниками внебюджетного финансирования выступают благотворительные фонды и гранты.

Благотворительные фонды являются одним из самых распространенных источников дополнительных средств и ресурсов некоммерческих организаций и социально-значимых проектов.

Гранты предоставляются по результатам грантовых программ, конкурсов, объявляемых для неприбыльных организаций, во время которых фандрайзер должен пройти сложную процедуру подачи заявки на получение гранта и в случае победы в конкурсе получить средства (помощь).

Такой инструмент внебюджетного финансирования как краудфандинг (Краудфандинг – происходит от слов crowd – «толпа» и funding – «финансирование») – коллективное сотрудничество людей (доноров, вкладчиков, жертвующих), которые добровольно объединяют свои деньги или другие ресурсы вместе, как правило, через интернет, чтобы поддержать усилия других людей (владельцев, создателей стартап компании, проектов) или организаций (реципиентов) [1, с. 21]) уже доказал свою эффективность при реализации театральных проектов (на территории ЕС, США и РФ). В Беларуси, краудфандинговые платформы на сегодняшний день еще не получили должной популярности, однако следует учитывать, что краудфандинг, как инструмент финансирования музыкального театра, проявил себя в процессе реализации небольших театральных проектов.

Стоит отметить, что одним из основных видов применения фандрайзинговых технологий в белорусских театрах является грантовая и спонсорская поддержка. В Беларуси именно крупные коммерческие структуры могут выступить в качестве значительного источника спонсорских поступлений. Они в гораздо большей мере, чем благотворительные фонды (которые еще не в полной мере развернули свою деятельность на территории Беларуси) или частные лица (в ситуации падения доходов населения), способны помочь культуре и искусству. Однако нельзя сказать, что эти инструменты привлечения средств являются одним из постоянных способов финансирования. К сожалению, кампании по сбору средств, как правило, являются одноразовыми акциями, объем фандрайзинговой деятельности недостаточен для регулярной реализации крупномасштабных театральных проектов.

Более детальный анализ механизма осуществления фандрайзинговой деятельности и изучение зарубежного опыта организации фандрайзинговых компаний в сфере искусства будет способствовать изменению текущей ситуации в лучшую сторону.

Музыкальный театр как объект организационно управленческой деятельности является сложной многоуровневой системой, функционирование которой напрямую зависит от объема средств, поступающих в организацию для реализации проектов и поддержания театра в целом.

К сожалению, не все механизмы привлечения средств в музыкальные театры, почерпнутые из зарубежного опыта, могут быть применены в Республике Беларусь. Это связано с социально-экономическими и социально-культурными условиями, однако все же многое из опыта может быть адаптировано к различным условиям и использовано на практике. Так, например, методические рекомендации по планированию кампании по привлечению средств, психологические исследования в области донорства и механизмов воздействия на потенциальных доноров могут быть освоены и применены в практике белорусских музыкальных театров и других учреждений социально-культурной сферы.

### Список литературы

1. Джефф Хау. Краудсорсинг. Коллективный разум как инструмент развития бизнеса = Crowdsourcing: Why the Power of the Crowd is Driving the Future of Business. М.: АльпинаПаблицер, 2012. 288 с.
2. Карнажицкая Т.В. Фандрайзинг: учебно-методический комплекс. Минск: БГУКИ, 2013. URL: repository.buk.by (дата обращения: 11.11.2020).