

Черного и белого не называть



Екатерина Деготь
ДЛЯ ПЯТНИЦЫ

В один из каникулярных дней я была в ресторане. За соседним столом интенсивно целовались. Когда парочка на секунду разомкнулась, стало видно, что парень азиат (таджик?), а девушка, как сейчас принято говорить, славянского типа. Ресторан был недешевый и отнюдь не азиатский. Вокруг жевали только белые, только белые их обслуживали. Парень никого не боялся, и никто на него не обращал внима-

ния, так что я подумала, что он, может, и не таджик, а, черт его знает, из Таиланда, что ли. Но не уверена, что у него не возникло проблем на входе – одного художника из Таиланда в модный московский клуб однажды не пустили со словами «иди отсюда, вьетнамчик».

В общем, на мгновение я испугалась, что сейчас войдет полиция и парня арестует только за то, что он не белый. Я внезапно почувствовала себя в американском романе 20-х годов, и финал у этого романа про отважную черно-белую любовь где-нибудь на плантациях в южном штате мог быть не слишком счастливым.

Мы живем в ситуации необъявленного апартеида. Нет никаких сомнений, что когда-нибудь в России будет написан свой роман «Убить пересмешника», желто-белая тема станет предметом научных исследований

о советской среднеазиатской идентичности, российское общество признает свою мультиэтничность и когда-нибудь в России будет президент-азиат, потомок первых мигрантов в четвертом поколении. Или, впрочем, президент-еврей. Или ингуш. Или даже латыш. Пока все это немисливо себе представить. «Возвращение в цивилизацию» отбросило нашу страну на век назад. Так называемые приличные люди сегодня считают допустимыми расистские высказывания насчет того, что «кругом заполонили», что

Так называемые приличные люди сегодня считают допустимыми расистские высказывания. Почему?

«белые должны объединиться» и т.п. Почему?

Леволлиберальные взгляды советской интеллигенции всегда состояли в том, что замечать национальность другого человека недостойно. Уже под влиянием СССР эту позицию заняли американские и европейские левые, после 1968 года она постепенно стала общественной нормой в большинстве стран. Интернационализм в СССР был частично утопией, в паспорте сохранялся пятый пункт, но все же неписаные правила приличный гласили, что недопустимо сказать человеку «ты еврей». Нельзя также сказать «он еврей» (как и «он русский»). Можно только сказать «я еврей».

Однако, поскольку проблема не называлась, российская интеллигенция оказалась не готова противостоять расизму даже в себе. Запад также не

помог – международная победа правой идеологии после падения Берлинской стены провозгласила мультикультурализм, который на практике оказался «монокультурализмом» – представлением о том, что человек раз и навсегда рождается в определенную национальность и даже религию. В такой ситуации русские захотели стать русскими и православными только для того, чтобы быть как все.

Лозунг «все по местам», или, говоря советским языком, «убирайтесь в свой Израиль», сегодня есть лозунг исключительно сильного во всем мире правого квазифашистского популизма – который только что показал свою мощь даже в таких неожиданных местах, как Нидерланды и Швеция. На фоне этого человечество, кажется, способно срочно одуматься. Преследования христиан в Египте перед Новым годом вызвали разные реакции: французское правительство объявило, что готово принять их у себя (тем самым

способствуя ухудшению положения как этих людей в Египте, так и египетского контекста). Но вот Ангела Меркель высказалась за защиту свободы выбора вероисповедания. Даже в Израиле, этом оплоте идеологии моноэтничности, все громче слова о том, что государство Израиль должно перестать быть государством евреев и стать государством израильтян.

Консенсус разума во всем мире состоит в том, что культурная норма в любой стране не должна быть связана с укладом и идеологией какой-то одной национальности – она должна быть абстрактным законом для всех. Национальность каждого должна быть его или ее глубоко интимным делом, говорить о котором публично столь же странно, как возвещать всему миру о собственных эротических фантазиях. ■

АВТОР – ШЕФ-РЕДАКТОР РАЗДЕЛА «ИСКУССТВО» ИНТЕРНЕТ-ПОРТАЛА OPENSOURCE.RU

Практика Купоны на товары и услуги

Бюджетные вложения

Заплатить немного, чтобы сэкономить в несколько раз больше – отрасль торговли скидками переживает в России свой расцвет

Инна Осиновская
ПЯТНИЦА

Ароматическая бани, одежда известных брендов, шиномонтаж, мастер-классы по кулинарии и ночной фотосъемке – ежедневно на мой почтовый ящик приходят предложения приобрести тот или иной товар или услугу с огромной скидкой: от 60 до 75%. Нет, это не спам, и обманывать меня никто не собирается.

Сайты, с которых приходят подобные письма, работают по принципу «групповой покупки». На таком ресурсе можно приобрести дешевый купон на услугу, изначально стоящую в несколько раз дороже. На акцию подписываются десятки, а иногда и сотни человек, оправдывая тем самым внушительную скидку. «Раз в день мы предлагаем своим подписчикам сходить в кино, ресторан или, например, салон красоты. В итоге все выигрывают: клиенты получают скидку, заведения – бесплатную рекламу и большой поток клиентов, мы – комиссию с продаж», – рассказала «Пятнице» основа-

тель «Групон Россия» Елена Масолова. Как правило, эта комиссия составляет от трети до половины цены купона.

«Сотрудничество с «групповыми» сервисами нам действительно выгодно, – поделилась с «Пятницей» управляющая кафе «Бискотти» Виктория Щелучкова. – Люди, приходя в наше кафе, тратят меньше, чем могли бы, но мы ничего не теряем. По сути, это вложение в рекламу, способ получить новых клиентов, которые позже вернутся к нам и заплатят уже полную сумму».

Впрочем, поставщики услуг далеко не сразу приняли эту игру. «Первое время наши партнеры не всегда понимали, каков механизм предоставления скидок и в чем их выгода, – говорит Ирина Савцова, генеральный директор компании Biglion. – Но после нескольких успешных акций диалог стал строиться легче».

Среди участников не только и не столько бедные студенты. «Мы анализируем данные наших клиентов: надо сказать, многие из них весьма обеспеченные люди, имеющие высокий доход и ездящие на дорогих автомобилях, – рассказал «Пятнице» основатель компании BigBuzzy Сергей Белоусов. – Недавно один наш клиент приобрел недорогой купон в спа и оставил в заведении в итоге 200 тысяч рублей».

НаДО РАЗМЕЖЕВАТЬСЯ

Первый подобный сайт появился в 2008 году в США –groupon.com. За ним последовали livingsocial.com,

buywithme.com, tippr.com. Через два года мода на коллективные покупки добралась и до России.

Сегодня в рунете таких ресурсов уже несколько десятков. Самые крупные –darberry.ru (принадлежит «Групон Россия»), biglion.ru, bigbuzzy.ru, vigoda.ru, kupikupon.ru. По сути, они мало чем отличаются друг от друга: все «продают» скидки в сфере развлечений (посещение кафе, ресторанов, кино, боулинга), здоровья (салонные и спа-процедуры, эстетическая медицина). В самом конце минувшего года начали работать первые сервисы узкой на-

правленности: детский (kidskupon.ru) и автомобильный (autokupon.ru). «Рынок сайтов с коллективными покупками сейчас перенасыщен, и мы решили создать специализированный ресурс для автолюбителей. Мы предлагаем химчистку салона, программу помощи на дорогах, мойку и многое другое», – рассказал «Пятнице» Валерий Иванов, совладелец ресурса www.autokupon.ru.

Одна из главных особенностей российского рынка – разветвленная система оплаты. Продавцы купонов

принимают не только кредитные карточки, как их западные коллеги. «В Москве половина всех пользователей предпочитает использовать банковские карты, а в регионах оплата производится в основном наличными через терминалы, – пояснила «Пятнице» Ирина Савцова из Biglion. – В ближайшее время появится новая опция: оплата купона будет производиться со счета мобильного телефона».

Наибольшим спросом у российских покупателей пользуются купоны на посещение ресторана или кафе, а также развлечения. «Наши самые успешные акции – предложение от «Дай суши» (3400 купонов), «Пироговой лавки» (2600), а также полет в аэротрубе (3700), катание на теплоходе от River Palace (3000) и поход в аквапарк «Фантази» (5700)», – рассказала Савцова.

РАДОСТИ И БОЛЕЗНИ РОСТА

Торговля коллективными скидками через интернет постепенно становится серьезным бизнесом. «Ресурс darberry.ru запустили в марте минувшего года, а уже в августе их приобрелgroupon.com. За этот период было продано более полумиллиона купонов, – рассказал «Пятнице» Всеволод Тюркин, руководитель «Клуба скидок» (klubskidok.ru), ресурса, собирающего информацию обо всех групповых сайтах. Арифметика проста: допустим, купон на право 50-процентной скидки стоимостью в 100 рублей за сутки купили более 5000 человек. Умножаем 100 на

5000, получаем полмиллиона рублей – это доход сайта и партнера акции за один день».

Но как и всякий новый проект, на старте такие ресурсы столкнулись с определенными сложностями. «Мы не сразу поняли, что с поставщиками услуг должна общаться целая армия менеджеров, а не три-четыре человека, – делится с «Пятницей» Елена Масолова из «Групон Россия», – или что с партнерами надо подписывать эксклюзивные соглашения – иначе они будут сотрудничать и с нами, и с нашими конкурентами».

«Сейчас появилось много мелких сайтов-копий, которые не готовы работать на высоком уровне и отчасти подрывают общий имидж этого типа потребления, – отмечает основатель BigBuzzy Сергей Белоусов. – Впрочем, даже такие компании все равно льют воду на одну мельницу – помогают формироваться молодому рынку».

Главные проблемы связаны с обслуживанием. «При продажах более тысячи купонов на одну акцию заведения зачастую не справляются с потоком клиентов, из-за чего те остаются весьма недовольными. Бывает, что заведения просто «кидают» сервисы, которым и приходится разгребать жалобы пользователей», – рассказал «Пятнице» Всеволод Тюркин из «Клуба скидок».

На прошлой неделе я все-таки соблазнилась очередным предложением, пришедшим на электронную почту, и всего за 700 рублей мы с друзьями получили игровую карточку боулинг-клуба с номиналом 2500 рублей. Правда, покатать шары так и не удалось – слишком много было желающих. Пришлось довольствоваться настольным хоккеем и тиром. ■

«Вся американская система провинциальных музеев зиждется на притоке коллекций, начавшемся в 1960-1970-х годах», – напоминает заведующий отделом новейших течений Государственного Русского музея в Петербурге Александр Боровский. Этот приток продолжается по сей день, в том числе благодаря гибкой системе вычетов из облагающихся налогами доходов дарителей. «Достоинства есть и у системы лизинга, при которой хозяин формально уже передал работу или коллекцию, но имеет возможность держать ее у себя дома», – добавляет Боровский.

В острой необходимости принятия поправок в российский Налоговый кодекс сомневается Александр Иванов: «В США этим пользуются в основном крупные бизнесмены и большие корпорации, для которых возможность списания налогов важна. В России это вряд ли будет эффективно – серьезные деньги в искусство у нас по-прежнему вкладывают единицы».

ПРОЧЬ ИЗ МОСКВЫ

В прошлом году владелец нью-йоркской галереи «Ариадна»

Торком Демирджян подарил Эрмитажу коллекцию памятников древнего государства Урарту, рассказывает заведующий Сектором новых поступлений Виктор Файбисович. Но по его словам, передача целой коллекции – редкое явление. Появились проблемы с фондами современного искусства, добавляет Александр Боровский: «В 1990-х годах художники-шестидесятники хотели быть представлены в национальном музее и охотно передавали свои произведения. Но потом, когда стоимость их работ резко выросла, поступления прекратились».

«Передать свою коллекцию в Эрмитаж или ГМИИ им. Пушкина – очень престижно, но сейчас в России существуют два-три собрания, достойные этих площадок», – говорит Стелла Кесаева. Центральные музеи, в свою очередь, не спешат идти навстречу дарителям. Иногда это оправданно – принимать в фонд большое количество работ ради нескольких ценных не имеет смысла. Музеям не хватает выставочных площадей. «Им негде показывать работы из собствен-

ных запасников», – объясняет Петр Авен. В то время как каждый даритель хочет бережного и заинтересованного отношения к своей коллекции.

Однако нередко такая избирательность только вредит. «У наших музеев было сколько угодно упущенных возможностей получить лучшие собрания страны, когда дело касалось элементарного человеческого участия: по-

Отдавать произведения искусства имеет смысл в провинциальные музеи. Их фонды невелики, а интерес со стороны посетителей – огромен

Известный московский коллекционер Валерий Дудаков несколько лет назад выразил готовность отдать лучшие вещи из своего собрания в Музей личных коллекций. В том числе несколько шедевров представителей художественного объединения «Голубая роза», символистов Сергея Судейкина, Мартироса Сарьяна, Петра Уткина. Передача в государственный музей, по словам коллекционера, единственная возможность сохранить ценнейшую часть собрания в целостности. «Конечно, лучше, чтобы работы остались в Москве, однако другого интереса я не вижу», – отмечает Дудаков. Он также рассматривает возможность передачи коллекции в один из провинциальных музеев.

О том, что дарителям стоит смотреть за пределы Москвы и Петербурга, говорит и Александр Иванов: «Отдавать имеет смысл в провинциальные музеи. Их фонды невелики, а интерес со стороны посетителей – огромен». Так, выставку работ Фаберже из собрания Иванова, прошедшую в Костроме весной 2010 года, посетили около 40 тысяч человек. ■

ПРИ УЧАСТИИ МАРИИ ФАДЕЕВОЙ

Льготы по вопросу	
Дмитрий Костальгин, партнер юридической компании Taxadvisor: – Текущая норма российского законодательства допускает вычеты из налогов на доходы физических лиц при осуществлении благотворительности. В ней действуют два ограничения. Вычет не может быть больше 25 процентов от суммы дохода за год. Кроме этого, учитывается только генерная помощь благотворителя. В случае коллекционеров и музеев речь идет о передаче произведений искусства, поэтому для таких случаев норма неприменима.	
Возможно, российское законодательство ограничивает помощь только деньгами потому, что иначе возникнет много сложностей с оценкой	размера вычета при передаче имущества. Вы потратили на благотворительности 250 тысяч рублей, и здесь все ясно. Но если передаете картину, то что же следует вычитать из дохода – цену, за которую она была куплена? Или рыночную стоимость? В аналогичных ситуациях обычно используются документально подтвержденные затраты на приобретение имущества. Если брать рыночную оценку, то, с одной стороны, такой подход более либерален, поскольку предметы искусства растут в цене. С другой – на каждую передачу необходимо будет оформлять отчет оценщика. Вряд ли законодатель пойдет на такой шаг – здесь возможны существенные злоупотребления.